

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
SETOR DE CIENCIAS HUMANAS, LETRAS Y ARTES - SCHILA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA**

**LORENA ROCIO CATAÑO AMÉZQUITA**

**MUJERES EMPRENDEDORAS EN COLOMBIA: ¿UNA CUESTIÓN DE GÉNERO?**

**CURITIBA  
2016**

**LORENA ROCIÓ CATAÑO A MÉZQUITA**

**MUJERES EMPRENDEDORAS EN COLOMBIA: ¿UNA CUESTIÓN DE GÉNERO?**

Disertación presentada para obtención de título de Master en Sociología, en la Pos-graduación en Sociología, Sector de Ciencias Humanas Letras e Artes. Universidad Federal do Paraná.

Orientadora: Dra. Marlene Tamanini.

**CURITIBA  
2016**

Catálogo na publicação

Biblioteca de Ciências Humanas e Educação - UFPR

Amézquita, Lorena Rocio Cataño  
Mujeres emprendedoras en Colombia : ¿una cuestión de género? / Lorena  
Rocio Cataño Amézquita. – Curitiba, 2016.  
133 f.

Orientadora: Prof. Dra. Marlene Tamanini

Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Setor de Ciências Humanas da  
Universidade Federal do Paraná.

1. Empreendedorismo. 2. Gênero. 3. Divisão sexual do trabalho. 4. Mulheres –  
Trabalho – Colômbia. 5. Refletividade. I. Título.

CDD 305.4

### TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em SOCIOLOGIA da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da Dissertação de Mestrado de **LORENA ROCIO CATANO AMEZQUITA**, intitulada: "**Mujeres Emprendedoras en Colombia ¿una cuestión de género?**", após terem inquirido a aluna e realizado a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua Aprovação.

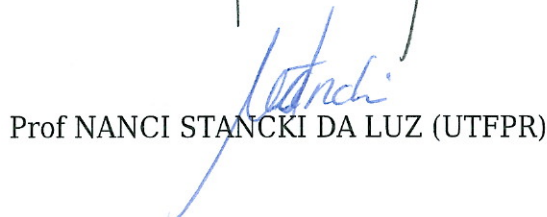
Curitiba, 09 de Março de 2016.



Prof MARLENE TAMANINI (UFPR)  
(Presidente da Banca Examinadora)



Prof JANE MENDES FERREIRA (UFPR)



Prof Nanci STANCKI DA LUZ (UTFPR)

*Dedicó este trabajo a todas las  
emprendedoras quienes son mi admiración y a  
mi más grande ejemplo de mujer y  
emprendedora que transgredió innumerables  
barreras de la vida: María Serrato.*

## AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios y a la vida por cada circunstancia positiva y/o negativa que he vivido, siendo un camino que me ha conducido hasta el punto de desenvolver esta investigación. He tenido la oportunidad de contar con personas que han aportado para mi crecimiento en el ámbito personal, profesional y académico, siendo muchos los nombres que podría citar, pero intentando colocar en papel, solo mencionare algunos.

Agradezco al programa de pos graduación de Sociología y al grupo de estudios de género, por el aprendizaje, orientación y construcción académica, a la CAPES y la OEA por brindarme la oportunidad de realizar esta maestría en Brasil, con dedicación exclusiva y la experiencia de conocer una cultura que me brindo conocimientos para mi vida personal y profesional.

A la profesora Marlene Tamanini quien me orientó en mi proceso de aprendizaje académico e investigación, con dedicación, indicando y enseñando caminos y soluciones, incentivándome a mejorar cada día, con sus palabras de apoyo y comprensión cuando fue necesario. Esta investigación es resultado de un trabajo en conjunto.

A la profesora Janet Mendes porque su investigación me motivó a continuar en la línea de estudios de emprendimiento femenino y agradezco porque desde el 2014 cuando conoció sobre esta investigación estuvo dispuesta a ayudarme indicándome literatura y por su importante participación en la banca de cualificación y de defensa.

A la profesora Nanci Stancki por participar en la banca de cualificación y defensa, aportando sus conocimientos con los que se madurieron aspectos de la investigación y su disposición por ayudar en este trabajo.

A las entrevistadas que me permitieron entrar en sus vidas, brindándome informaciones con total transparencia y me motivan cada día. Así, como a todas las emprendedoras que veo todos los días en diferentes lugares, mi más sincera admiración.

Al personal académico y compañeros de la especialización “emprendimiento e negocios sociais” de la FAE que me hacen creer y confiar en que el emprendimiento puede generar soluciones sociales.

A Jairo Izquierdo quien admiro por su trabajo, siendo un ejemplo a seguir como profesor y persona, gracias por creer y hacerme confiar en mí misma. A la profesora Reina Rodríguez que desde el año 2011 cuando le comente sobre la opción de estudiar la maestría me motivó y apoyó en el proceso de selección y en el inicio de la investigación.

En el ámbito personal, agradezco primeramente a mi abuela María Serrato por sus enseñanzas, consejos, cuidado y ejemplo que son la guía de mi vida, por ella soy quien soy, gracias por tanto amor.

A Gabriel Álvarez que me apoyó, motivó, ayudó y sobrepasó la distancia con su amor incondicional y libre, siendo mi compañero de caminata en todas mis ideas, aventuras y vida.

A las mujeres de mi familia que me enseñaron desde pequeña con sus ejemplos y palabras que somos autónomas y debemos realizar nuestros sueños realidad, sin que nadie, ni nada no lo impida. A mi mamá Rocio Amézquita por enseñarme el valor y la libertad de tomar decisiones y especialmente a Luz Marina Amézquita que ha estado conmigo desde pequeña con su inmensa ternura, apoyándome y acompañándome día a día, con sus consejos y haciendo todo lo posible por ayudarme. Y a mis demás familiares.

A mis grandes amigos Daniel Herrera y Angie Ortiz que a pesar de la distancia siempre han estado para escucharme, apoyarme y hacerme reír. A mi gran amiga Julieth que ha sido como una hermana mayor, incentivándome y apoyándome a realizar nuevas conquistas, especialmente esta maestría.

A mis amigos en Brasil, Rafaela Westphal que siempre fue una voz de compañerismo, apoyo y motivación, Claudia Gordillo que me brindaba palabras siempre tan asertivas, Claudia Yopez quien fue mi confidente, Filipe Monteiro, Claudia Burçuka, Raquel Santos, Katherin Sicacha y Laura Barreto, Gracias.

Así como a todos los que no están citados aquí, pero están en mi vida.

## RESUMEN

La investigación “Mujeres Emprendedoras en Colombia: ¿una cuestión de género?” indagó sobre el trabajo femenino en el emprendimiento, analizando los contenidos reflexivos que las emprendedoras realizan para mantenerse en la actividad y extraer expectativas y como estos se relacionan con la configuración de las relaciones de género y sus posibilidades de emancipación. Para tal indagación se realizaron entrevistas narrativas a seis emprendedoras en edades entre los 25 a 42 años, quienes tienen emprendimientos creados en el periodo de 3 a 48 meses. En el emprendimiento las mujeres enfrentan diversas barreras y limitantes que afectan la creación de emprendimientos, el crecimiento de sus negocios y su permanencia en la actividad. Resultado de las diferencias de género que configuran y reproducen la división sexual del trabajo, persistiendo socialmente ideas, reglas de comportamientos y valores, basados en la orden simbólica, social, cultural y política de lo femenino y lo masculino, determinando el lugar de hombres y mujeres, estereotipos y estructuras desiguales en cuanto la carga de trabajo y la percepción valorativa de lo que las emprendedoras hacen con respecto a los procesos de renta, trabajo, desarrollo, siendo aspectos simbólicos que participan en la configuración de los sexos. Ante las situaciones de dificultad y limitaciones las entrevistadas a partir de las relaciones que establecen con la empresa, la familia y la cultura local sobre lo que es ser mujer y emprendedora, reflexionan, actúan y realizan cambios para crear y mantener sus emprendimientos, acceder al capital económico y social, a la formación profesional y empresarial, teniendo una valoración de su trabajo emprendedor como un proyecto de vida personal y profesional, vislumbrando y pensando en posibilidades para sí mismas, sus familias y su entorno. Encontrándose una doble composición de la propia estructura social, de un lado los esquemas mentales y corporales que funcionan como patrones simbólicos para las actividades prácticas, conductas pensamientos, sentimientos y juicios de los agentes sociales y del otro lado, la agencia de las mujeres que dentro de estos lugares producen la realidad, de acuerdo con lo que les es dado y con el modo en como ellas tornan esta realidad significativa para sí mismas.

**Palabras claves:** Emprendimiento. Género. División sexual del trabajo. Desigualdad. Reflexividad.



## RESUMO

A pesquisa “Mulheres Empreendedoras na Colômbia: uma questão de gênero?” indagou sobre o trabalho feminino no empreendedorismo, analisando os conteúdos reflexivos que as empreendedoras da Colômbia realizam para se manter na atividade e extrair expectativas e como estes se relacionam com a configuração das relações de gênero e suas possibilidades de emancipação. Para tal indagação foram realizadas entrevistas narrativas com seis mulheres com idades entre 25 e 42 anos e que possuem empreendimentos criados no período de 3 até 48 meses. No empreendedorismo as mulheres enfrentam diversas barreiras e limitações, que afetam a criação de empreendimentos, o crescimento de seus negócios e a permanência na atividade empreendedora. Resultantes das diferenças de gênero que configuram e reproduzem a divisão sexual do trabalho, persistindo socialmente ideias, regras de comportamento e valores baseados na ordem simbólica, social, cultural e política do feminino e do masculino, determinando assim o lugar de homens e mulheres, estereótipos e estruturas desiguais que influenciam na carga de trabalho e na percepção valorativa do que elas fazem com respeito aos processos de renda, trabalho e desenvolvimento, sendo aspectos simbólicos que participam na configuração dos sexos. Ante as situações de dificuldade e limitações, as entrevistadas a partir das relações que estabelecem com a empresa, família e a cultura local, sobre o que é ser mulher e empreendedora, reflexionam, atuam e realizam mudanças para criar e manter seus empreendimentos, acessar ao capital econômico e social, a formação profissional e empresarial, tendo uma valoração de seu trabalho empreendedor como um projeto de vida pessoal e profissional, vislumbrando possibilidades tanto para si mesmas, quanto para suas famílias e entorno. Encontra-se uma dupla composição da estrutura social das empreendedoras. De um lado os esquemas mentais e corporais que funcionam como padrões simbólicos para as atividades práticas, condutas, pensamentos, sentimentos e julgamentos dos agentes sociais, e do outro lado, a agência das mulheres que dentro destes lugares produzem a realidade, de acordo com o que lhes é dado e com o modo como elas tornam essa realidade significativa para si mesmas.

**Palavras chaves:** Empreendimento. Gênero. Divisão sexual do trabalho. Desigualdade. Refletividade.

## **LISTA DE ILUSTRACIONES**

Cuadro 1 - Enfoques teóricos sobre el estudio de la creación de empresas	21
Cuadro 2 - Categorías del entorno emprendedor	31
Cuadro 3 - Características generales de las entrevistadas y su emprendimiento	87
Gráfico 1 - Servicios sociales ofrecidos por los gobiernos en américa latina	34
Gráfico 2 - Seguridad y estabilidad en el entorno emprendedor en américa latina	37
Gráfico 3 - Ambiente de negocios para las empresas en américa latina	37
Gráfico 4 - Autonomía de decisiones de las mujeres en la participación en la política	60

## **LISTA DE TABLAS**

Tabla 1- Emprendedores iniciales (TEA)	27
Tabla 2 - Emprendedores establecidos (TEE)	27
Tabla 3 - Participación por sexo en las etapas de emprendimiento	28
Tabla 4 - Participación por edad en la etapa tea	29

## SUMARIO

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>10</b>
<b>1. CONTEXTO DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO</b>	<b>16</b>
1.1 NOCIONES DE LOS CONCEPTOS EMPRENDIMIENTO Y EMPRENDEDOR EN UNA SOCIEDAD QUE LIMITA Y NO RECONOCE A LAS MUJERES	16
1.2 TEORÍAS DE INVESTIGACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	21
1.3 LO QUE SE INVESTIGA SOBRE EMPRENDIMIENTO FEMENINO	24
1.4 ¿EMPRENDIMIENTOS DIFERENTES ENTRE MUJERES Y HOMBRES?	
PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS Y DIFERENCIAS	26
1.5 ENTORNO DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN AMÉRICA LATINA Y COLOMBIA	31
1.5.1 Factores – institucionales	32
1.5.2 Factores generales del medio	36
1.5.3 Factores del mercado laboral	38
1.5.4 Factores internos	40
<b>2 GENDRIFICACIÓN DE LA DIVISIÓN SEXUAL DE TRABAJO AYER Y HOY</b>	<b>44</b>
2.1 ¿PORQUE LA DIVISIÓN SEXUAL DEL TRABAJO?	48
2.2 CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LO FEMENINO Y LO MASCULINO	52
2.3 DIVISIÓN SEXUAL DEL TRABAJO E INVISIBILIDAD DE LA MUJER EN COLOMBIA NO ES RECIENTE	56
2.4 PERSISTENCIAS Y CONFIGURACIONES DE LA DIVISIÓN SEXUAL DEL TRABAJO	60
2.5 ENTRE LO PRODUCTIVO Y LO REPRODUCTIVO	63
2.6 ACTIVIDAD DEL CUIDADO	65
<b>3 PREPARACIÓN Y VIVENCIA EN EL TRABAJO DE CAMPO</b>	<b>71</b>
3.1 ENCUENTRO CON LA REALIDAD: ¿CÓMO SE DESARROLLÓ EL TRABAJO DE CAMPO?	73
3.2 EL TRABAJO DE CAMPO: OPORTUNIDADES, IMPASES Y ESTRATEGIAS	76
3.3 ¿QUIÉNES SON LAS EMPRENDEDORAS PARTICIPANTES DE LA INVESTIGACIÓN?	80
<b>4 MUJERES EMPRENDEDORAS EN COLOMBIA ¿UNA CUESTIÓN DE GÉNERO?</b>	<b>88</b>
4.1 DIVISIÓN SEXUAL DEL TRABAJO EN LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	88
4.1.1 Decisión para emprender marcada por relaciones de género	89

<b>4.1.2 Diferencias, divisiones y límites “invisibles” traducidos en desigualdades</b>	<b>91</b>
<b>4.1.3 Creando la empresa en un sistema de relaciones sociales gendrificadas</b>	<b>95</b>
4.1.3.1 Connotaciones de la legalización	95
4.1.3.2 Equipando la empresa: en un sistema de “apoyo” invisible o de “flexibilización”	97
4.1.3.3 Emprendiendo y cuidando	99
<b>4.2 DÍA A DÍA DE LAS EMPRENDEDORAS: ACTIVIDAD MARCADA POR LA ORDEN SIMBÓLICA DE LO FEMENINO Y LO MASCULINO</b>	<b>101</b>
<b>4.3 EMPRENDEDORA: EN BUSQUEDA DE SER CONSTRUCTORA DE SU PROPIA VIDA Y SU CONTEXTO</b>	<b>108</b>
<b>4.3.1 ¿Por qué emprender?</b>	<b>108</b>
<b>4.3.2 Decisiones y expectativas en el presente y futuro</b>	<b>111</b>
<b>CONSIDERACIONES FINALES</b>	<b>118</b>
<b>REFERENCIAS</b>	<b>126</b>

## INTRODUCCIÓN

La investigación “Mujeres emprendedoras en Colombia: ¿una cuestión de género?” analiza a partir de los contenidos de las narrativas de la historia de vida de las emprendedoras entrevistadas, como en la actividad se configuran las relaciones de género, la orden simbólica de la construcción social de lo femenino y lo masculino, los estereotipos, discursos y argumentos reproducen la división sexual del trabajo, las prácticas culturales y políticas que no son favorables para la creación, permanencia y crecimiento de sus emprendimientos y como con su actuar reflexivo, siendo responsables de sí mismas, de sus proyectos de vida, tomando consciencia de la realidad de su entorno, están en búsqueda de posibilidades para comenzar a romper la dominación social y cultural, construyendo su propia historia y modificando su contexto.

El interés de investigar sobre la realidad de las mujeres emprendedoras en Colombia, se ha dado en diferentes aspectos y etapas de mi vida personal, académica y profesional. Desde pequeña percibí modelos emprendedores, como mi abuela que por padecer cáncer desde sus 35 años y viuda con cuatro hijas se vio en la necesidad de emprender, al igual que mi mamá quien ha desarrollado emprendimientos complementarios a su generación de renta económica como empleada, lo que se reforzó cuando tuvo cáncer. Ellas afirmaban no querer sentirse vulnerables en el aspecto económico, ni encontrarse sin ser “activas”, por lo que percibía en ellas entusiasmo por cumplir nuevos sueños y continuar pese a las dificultades.

Continuaron presentándose situaciones casi que de forma accidental, como si fuese un camino que me conducía a un destino, que era el emprendimiento femenino. Realice una especialización en Gerencia Social, en la que investigue acerca de la importancia de promover créditos educativos para mujeres jóvenes localizadas en Ciudad Bolívar<sup>1</sup>, Bogotá. En las entrevistas realizadas se analizó que a pesar de la posibilidad de tener financiación para su matrícula académica, no podrían estudiar, porque debían trabajar para su sustento, por lo que pensé que si estas mujeres tuvieran la oportunidad de generar su propio empleo y el de sus parientes, podrían tener mejores oportunidades, despertando mi interés en producir conocimiento sobre este tema y tal vez en un futuro retomar esta investigación.

Posteriormente, cuando fui docente de cátedra universitaria de emprendimiento, se aplicó una metodología que pretendía desenvolver el espíritu emprendedor en los estudiantes,

---

<sup>1</sup>Ciudad Bolívar es una localidad de Bogotá de las más marginadas de la ciudad, con escasos recursos económicos y declarada por las autoridades distritales como zona roja por la violencia y pandillerismo.

para lo que en las clases, entre todos citábamos ejemplos de empresarios exitosos, pero casi nunca se mencionaban mujeres, en lo que percibí una invisibilidad femenina en esta actividad.

A partir de esas vivencias me interese en investigar sobre el emprendimiento femenino en Colombia, entendiendo las dificultades que enfrentan las mujeres, como una problemática social que debía ser indagada y explicada a partir de una interpretación crítica de la realidad social y cultural del país. Para lo cual requería una formación académica enfocada en el análisis objetivo y crítico de situaciones sociales con una perspectiva de género, por lo que decidí realizar la maestría en el programa de sociología, en la línea de investigación “género, cuerpo, sexualidad y salud”.

El método de investigación utilizado en este estudio fue cualitativo, entrevistando a seis emprendedoras que están en la actividad en un periodo menor a 48 meses y que tienen emprendimientos en sectores tradicionalmente femeninos y masculinos y se realizó una revisión de literatura sobre el tema, que ha sido poco estudiado. Sin embargo, se encuentran algunas investigaciones, que nos permiten comprender que las mujeres ante las mudanzas sociales, culturales económicas y tecnológicas han incursionado en esta actividad generando empleos y beneficios económicos, confrontándose con “barreras invisibles” para crear, dar continuidad y crecimiento a proyectos emprendedores.

Según el informe del GEM en Colombia en el año 2014 la tasa total de la nueva actividad empresarial (TEA) de mujeres correspondía a un 17,3%, siendo menor a la de los hombres (30,5%) y solo un 4% de mujeres tienen emprendimientos con un periodo mayor a 4 años en el mercado, demostrando que en el transcurso del tiempo sus negocios no logran permanecer o su crecimiento se paraliza.

Los emprendimientos de mujeres se encuentran en sectores que requieren mayor dedicación, tienen poco crecimiento y rendimiento económico, condicionados por patrones de género, conectados a la división sexual del trabajo y a la representación simbólica de lo femenino y lo masculino y no cuentan con incentivos políticos reales para ejercer ciudadanía y reducción de la pobreza, consecuencia de la exclusión de las mujeres de lo productivo, relegándolas para actividades de trabajo privado, consideradas de afecto o de sentimiento.

Las emprendedoras no siempre son socialmente valorizadas, porque el emprendimiento se habla desde nociones, habilidades y competencias que casi nunca son consideradas como ser parte del ser mujer, realizándose una legitimación masculina del mundo empresarial, correspondiendo a una lógica en que las competencias y habilidades continúan siendo circunscritas al sexo, desarrollando una infinidad de imaginarios sociales de lo que puede o no ser de lo masculino y de lo femenino. Limitando negativamente a las

emprendedoras en términos de su colocación profesional, financiamiento de proyectos emprendedores, acceso a conocimientos de administración, finanzas y aspectos legales, obtención de créditos, marketing, innovación, seguridad social, conciliación del trabajo, familia, entre otras.

Esas dificultades demuestran que cuando se generan posibilidades de inserción en lo productivo, se originan nuevas desigualdades, reproduciendo la tradicional división sexual del trabajo, entendida como el resultado de un proceso de relaciones sociales y sexuales, en que se delimitan estereotipos basados en el sexo, de forma desigual para la mujer, organizando el mercado de trabajo por las representaciones de los ramos de las actividades de acuerdo con el sexo, estipulando y limitando a las mujeres solo para algunas actividades.

La estructura social relativa a instituciones y concepciones de lo que es trabajo adecuado o no para las mujeres, sigue marcando negativamente sus posibilidades de inserción efectiva y emancipadora en el mundo empresarial, en que la división sexual del trabajo gendrifca negativamente lo femenino, en diversos ámbitos y ramos de actividades, en la legislación, en las prácticas de políticas públicas, en la relación con la familia y en el lugar que ellas ocupan socialmente. Por lo que se plantea como problema de investigación que las mujeres enfrentan dificultades para crear, dar continuidad y crecimiento a proyectos emprendedores, porque en la actividad se reproduce la división sexual del trabajo y las representaciones de género, persistiendo concepciones desiguales sobre sus posibilidades en este ámbito, en relación a los contenidos de trabajo para hombres y mujeres, que tienden a esencializar y homogenizar, sin percibir las complejidades del poder, de la formación de sujetos, en su capacidad de actuar.

Estos aspectos son estructuradores de procesos que construyen barreras para las emprendedoras, sin embargo, ellas tienen expectativas de que mediante su actividad podrán eliminar desigualdades en muchos aspectos de sus vidas, objetivando entradas importantes en el ambiente empresarial, en lo que se refiere a su participación, como propietarias o accionistas, demostrando una reflexividad como agentes de acción, pensando en las barreras ante las que se enfrentan y actuando para transgredirlas, buscando reposicionarse como mujer y empresaria en la sociedad. En este sentido, el contexto de esa estructura desigual en la actividad emprendedora es real, la problemática de género esta visiblemente presente en el seno de las relaciones que marcan la sociedad, en el ambiente de trabajo, en las corporaciones, en las empresas y en el emprendimiento, pero el sentido, la experiencia, la reflexividad que ellas producen también hacen caminos para realizar cambios sustanciales.

Por lo que analizamos el proceso de inserción de las entrevistadas en el sector empresarial, cómo se mantienen en ramos de actividades del espacio público tradicionalmente considerado de los hombres, a partir de las relaciones que establecen con la empresa, la familia, la cultura local, el acceso al capital económico, formación profesional y empresarial, las políticas públicas que envuelven el emprendimiento, condiciones de ciudadanía y emancipación, sí el deseo de independencia y autonomía económica buscados en la actividad empresarial responden a aspectos de orden cultural, como el lugar que ocupa el hecho de ser mujer en la cultura y el beneficio que podría tener al ser reconocidas como empresarias. Cómo las nuevas exigencias de mundo emprendedor, interfieren en el modo en como ellas se organizan, escogen y establecen diariamente prioridades y dinámicas de sus vidas, sobre todo cuando de ellas dependen las tareas reproductivas de modo que están obligadas a encontrar un equilibrio en la vida profesional, personal y económica y los sentidos que construyen para sí mismas y sus expectativas para el presente y futuro.

Se planteó como objetivo general de la investigación analizar los contenidos reflexivos accionados por las emprendedoras para crear empresas, mantenerse en la actividad y extraer expectativas, relacionando como estos interactúan con aspectos ligados a las relaciones de género, particularmente con la división sexual de trabajo y sus posibilidades de emancipación.

Con base en el problema, el objetivo de la investigación y el trabajo de campo se desarrollaron las siguientes hipótesis:

- a. Las mujeres en el ámbito emprendedor se enfrentan a diferencias de género configurando y reproduciendo la tradicional división sexual de trabajo, reflejado en desigualdades que limitan su participación, orientan el tamaño de sus empresas, el sector en el que se encuentran y sus perspectivas del futuro;
- b. en el emprendimiento se presentan aspectos de orden simbólica social, cultural y política de lo femenino y lo masculino que participan en la configuración social de la relación entre los sexos, persistiendo ideas, reglas de comportamiento y valores que producen dificultades y barreras para las mujeres en la actividad;
- c. las emprendedoras como sujetos de acción tienen una valoración de sus emprendimientos que se conecta con una red de sentidos y valores al respecto de sí y de sus posibilidades ligadas a familia, hijos y expectativas de futuro. Demostrando que pueden transformar el contexto en el que están, enfrentar diversas barreras y reposicionarse en la sociedad, generando dislocamientos y rupturas de las configuraciones de la división sexual del trabajo;



Con la finalidad de indagar sobre estas hipótesis, se delinean así los objetivos específicos de la investigación:

- a. analizar a partir de los contenidos de las narrativas y experiencias de las entrevistadas, si su actividad emprendedora es marcada por relaciones de género desiguales que se expresan particularmente en la división sexual del trabajo;
- b. comprender como las entrevistadas han vivenciado y sentido la orden simbólica social, cultural y política de las construcciones de lo que es masculino y femenino en la experiencia de ser emprendedora;
- c. Entender si las entrevistadas en su actividad emprendedora están posibilitando nuevas expectativas para sí mismas, sus proyectos de vida, familia, trabajo y sociedad, promoviendo la superación de desigualdades de género.

Creemos que por este camino daremos voz a los sistemas de relaciones objetivas, en los cuales las mujeres reproducen muchos de sus elementos, pero también re-significan diversos de ellos, suponiendo una ruptura con el mundo objetivista, un cuestionamiento de las condiciones, posibilidades y límites. Para lo que nos fundamentamos en un análisis teórico que considera la división sexual de trabajo, vinculado con las actividades del cuidado, la agencia de sí, el histórico social, político y cultural, indicando factores que limitan el emprendimiento femenino, considerando la historicidad y temporalidad y reflexividad que realizan las emprendedoras, abordado en cuatro capítulos.

El primer capítulo denominado “Contexto del emprendimiento femenino”, inicia por la exploración de los significados conceptuales de los términos emprendimiento y emprendedor, definiendo su sentido económico y social y sus teorías de investigación. Luego, se enfoca en la descripción del emprendimiento femenino, exponiendo lo que se investiga sobre este tema y se analizan los factores del entorno que posibilitan o afectan la creación y permanencia en la actividad emprendedora en América Latina, específicamente en Colombia.

Para comprender las problemáticas que se presentan en el ámbito emprendedor con relación a la división sexual de trabajo, analizamos bases teóricas de este concepto, comprendiendo las construcciones sociales de lo femenino y masculino, la asignación social de los lugares que pueden y deben ser ocupados por hombres y mujeres, la reproducción de la división sexual de trabajo e invisibilidad de la mujer en Colombia y sus condiciones laborales desiguales, construyendo el segundo capítulo denominado “Gendricación de la División Sexual del trabajo ayer y hoy”.

Con base en la revisión de literatura se realizó el trabajo de campo, el cual es descrito en el tercer capítulo: “Preparación y vivencia en el trabajo de campo” exponiendo la

metodología, delimitación e instrumentos aplicados en la investigación, las etapas del trabajo de campo, es decir, cada proceso antes y en el momento de las entrevistas, haciendo referencia de las dificultades y oportunidades que se presentaron y finalmente se presenta una breve descripción de las emprendedoras.

En el cuarto capítulo “Mujeres emprendedoras en Colombia ¿una cuestión de género?” se presenta el análisis de las entrevistas, el cual se realizó determinando como categoría analítica género, contemplando la división sexual del trabajo y el concepto de flexibilidad. Considerando los objetivos planteados en nuestra investigación, presentamos como se reproduce la división sexual del trabajo en la actividad emprendedora, como se presenta la orden simbólica de lo femenino y masculino y como afecta la creación, permanencia y crecimiento de los emprendimientos de mujeres, exponemos lo que las entrevistadas perciben, piensan y reflexionan acerca de su actividad, proyecto de vida, proceso de emancipación y las acciones y estrategias que implementan para eliminar barreras en cuestión de género.

Finalmente exponemos los resultados de la investigación, siendo las conclusiones a las que se llegaron con esta investigación y recomendaciones para el sector y futuras investigaciones.

## 1. CONTEXTO DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO

A continuación se presenta una revisión bibliográfica sobre la actividad emprendedora, exponiendo el surgimiento y mudanzas de los conceptos: emprendimiento y emprendedor, delimitando las definiciones que utilizamos en esta investigación y citamos los abordajes teóricos de pesquisa en torno de la actividad emprendedora. Posteriormente, analizamos como ha sido investigado el emprendimiento femenino, las diferencias existentes entre los emprendimientos de hombres y mujeres y su entorno, considerando datos estadísticos sobre los factores socio culturales, políticos y económicos que posibilitan o limitan la creación, permanencia y crecimiento de emprendimientos de mujeres en América Latina y específicamente en Colombia.

### 1.1 NOCIONES DE LOS CONCEPTOS EMPRENDIMIENTO Y EMPRENDEDOR EN UNA SOCIEDAD QUE LIMITA Y NO RECONOCE A LAS MUJERES

El concepto emprendimiento y la descripción del emprendedor, han sido modificados históricamente, de acuerdo con el ambiente social y económico del momento en que surgen, convergiendo con diversos campos debido a su carácter interdisciplinario, sobresaliendo las áreas de economía, sociología, psicología y administración, sin ser considerada una actividad posible y realizada por mujeres. A continuación analizamos las diversas descripciones en la historia sobre emprendimiento y emprendedor y el contexto de la mujer, reflejando sus limitaciones e invisibilidad en la actividad.

Emprendimiento trata de la acción y efecto de emprender, proviene del latín *in, en, prendêre*, definido por primera vez en el diccionario de la Real Academia Española en 1732, estando estrechamente relacionado con el vocablo francés *entrepreneur*<sup>2</sup> que apareció en el siglo XVI, refiriéndose a los hombres que se relacionaban con expediciones militares, considerándolos hombres aventureros que viajaban al nuevo mundo en búsqueda de oportunidades, sin saber lo que les esperaba. En el siglo XVIII los franceses extendieron su significado para referirse a hombres encargados de obras de infraestructura de la época, siendo un concepto que giraba explícitamente en torno solo de la figura masculina.

---

<sup>2</sup>La palabra *entrepreneur* está compuesta lexicalmente por el prefijo “in” igual a “en” más *prendêre* que quiere decir agarrar y su equivalente es emprendedor, pero originalmente es del verbo *entrepreneur* viene del latín “*prenhere*” que quiere decir atrapar.

Apareció por primera vez en el campo económico en 1755, en la obra “An Essay on economic Theory” de Richard Cantillón quien describía al emprendedor como creador de empresa, caracterizándose por pagar costos de producción conocidos y recibir rentas no fijas, aceptando la incertidumbre y siendo un agente que asumía riesgos. (VALLMITJANA, 2014). Época en la que el discurso jurídico y moral se unieron para delimitar los espacios de lo masculino y femenino, fundamentándose en la autoridad marital, en que ninguna mujer tenía igualdad política y el marido cumplía una finalidad práctica que era administrar la sociedad conyugal, dirigir la mujer y los hijos. (ARNAUD - DUC, 1991). De este modo, el concepto de emprendedor describía y reconocía solo las actividades económicas realizadas por el hombre y la mujer no tendría posibilidades de participación en la actividad.

Jean-Baptiste Say (1821) considerado el padre del emprendimiento por establecer los cimientos teóricos de este, definió y caracterizó al emprendedor como organizador de factores de producción, reuniendo, intercambiando y coordinando recursos económicos (trabajadores, habilidades, educación y capital) de áreas de poco rendimiento a áreas de productividad y rentabilidad a diferencia del capitalista que protagoniza cambios solo en el sistema económico. (VALLMITJANA, 2014; CÁRDOZO, 2010). Siendo ideas construidas en torno de la revolución industrial, contexto de formación de conceptos ligados a lo público, privado y por lo tanto a la configuración de lugares sociales diferentes para los hombres llamados a hacer la empresa, la ciudad y la nación y las mujeres en la casa.

Sin embargo, como afirma Scott (1991) las mujeres antes del capitalismo industrial trabajaban ganando su sustento en el pequeño mercado, como vendedoras ambulantes, costureras, orfebres, fabricando cervezas, botones, entre otros, lo que podría denominarse como actividad emprendedora y ellas emprendedoras. Pero, sucedió lo contrario, dado que con la revolución industrial se crearon puestos laborales que antes no existían, tornando el trabajo femenino una figura perturbadora y visible, lo que sus contemporáneos debatieron sobre la conveniencia, moralidad y legalidad de sus actividades salariales, catalogando a las trabajadoras como indecentes, operarias fabriles, costureras pobres, jóvenes solteras, madres de familia, viudas ancianas o mujeres de desempleados.

El trabajo femenino fue entendido como mano de obra barata, se consideraba que su salario era destinado para suplementos familiares, en cuanto el de los hombres para subsistencia y reproducción social. En este sentido, la asignación salarial, no era determinada por la producción, sino por la evaluación de las mujeres en el mercado como inferiores. (ARNAUD – DUC, 1991).

Knight en 1921 describió el emprendedor como alguien que asume riesgos con capacidad de manejar la incertidumbre y asumir la responsabilidad de los resultados, realizando distinción entre el riesgo que es la aleatoriedad con probabilidades conocidas y la incertidumbre que es la aleatoriedad con probabilidades desconocidas. (CARDOZO, 2010). Esta descripción considera emprendedor a quien puede asumir libremente responsabilidades en los negocios, lo cual era impedido para las mujeres, quienes debían pedir permiso al marido para poder ejercer una profesión y las leyes les privaba el acceso a trabajos cualificados, en nombre de la protección de la familia. (ARNAUD – DUC, 1991).

Lagrange (1991) afirma que esta política familista se dio porque durante la primera guerra mundial hubo inserción masiva de mujeres en el ámbito laboral, en cuanto los hombres iban a la guerra, pero cuando acabo y regresaron a las fábricas y a los campos, se desencadenó una ofensiva apoyada por la iglesia para que las mujeres regresaran al hogar, inventando la “madre educadora”, “la ama de casa”, abriendo cursos para intensificar la educación doméstica y prohibiendo la contratación de mujeres en caso de haber desempleo masculino, impidiendo su participación en el ámbito laboral y emprendedor.

Esta concepción que describía el emprendimiento como una actividad en la que el propietario maneja empresas y asume riesgos, comenzó a cambiar con el aporte de Schumpeter en 1943 quien planteó su teoría en torno de la innovación e invenciones, afirmando que se contribuía desde el ámbito económico al social, por enfatizar en el beneficio económico e incluir reflexiones psicológicas como el reconocimiento social o la necesidad de mostrar habilidades personales. (CARDOZO, 2010). Para Schumpeter el emprendedor era capaz de lograr una situación monopólica en el mercado, obteniendo mayores beneficios, caracterizándose por romper viejos equilibrios, innovando y determinando el desarrollo económico. (CASTIBLANCO, 2013).

A pesar de este nuevo enfoque teórico, aún no se consideraba a las mujeres en la actividad, quienes se estaban integrando en el sistema educativo y el mundo del trabajo, pero eran relegadas para cargos feminizados, desvalorizados y en niveles jerárquicos bajos, desempeñándose mayoritariamente en el sector terciario, el estar casadas se tornaba un menor obstáculo en el ejercicio de su profesión, en cuanto la maternidad permanecía persuasiva, entre más hijos tenían, menos participaban en el mercado laboral. (LAGRAVE, 1991).

Con orientación en el individuo en busca de oportunidades, Stevenson en los años 1980 expuso que el emprendedor busca oportunidades y crear riqueza, a diferencia de la cultura administrativa que es estática y recurre a los recursos que tiene, la cultura emprendedora es dinámica de acuerdo con las oportunidades que percibe. Por lo que para el

autor crear empresa no es suficiente, es necesario generar patrimonio por medio de la innovación. (CASTIBLANCO, 2013).

En el mismo sentido, Drucker (1985) relacionó el emprendedor con innovación, al ser un sujeto que mejora continuamente sus mecanismos internos buscando el cambio, viéndolo como una oportunidad no solo en lo económico, sino en varias actividades humanas. Pero las mujeres se presentaban ante dificultades para acceder a recursos financieros, tecnológicos, formación académica (SCOTT, 1991), para poder innovar y generar riqueza por varias causas, por lo que en esta definición no serían consideradas emprendedoras.

En 1987 con la descripción de Pinchot el concepto de emprendimiento amplió su campo de acción, incluyendo empresas existentes en su desarrollo interno, acuñando el término Intrapeneurship para describir al “espíritu empresarial” que son iniciativas en el interior de las empresas y considerando “emprendedor laboral” a quien trabaja en una empresa y con sus aportes logra que crezca.

Década en la cual las empresas para reducir los costos salariales, crearon empleos temporarios, a corto plazo y que podían ser efectuados por mujeres a domicilio, al considerarse adecuado, por permitir la combinación de domesticidad y de trabajo remunerado. Pero aunque ganaran dinero con su actividad, no era considerado verdadero trabajo, porque supuestamente no era ejercido en tiempo entero y fuera de la casa. (SCOTT, 1991). ¿Qué tanto habrá mudado la concepción de las mujeres que trabajaban desde sus casas en la actualidad?, interrogante que será de interés analizar en esta investigación.

De esta forma en el trabajo oficial, en la economía informal, en tiempo completo o parcial, se construía un sistema laboral que permitía el acceso de las mujeres al mercado de trabajo, pero las desvaloriza. (LAGRAVE, 1991). Siéndoles negados cargos de decisión y control, por lo que es predecible que solo consigan ser consideradas emprendedoras en casos excepcionales, en que transgreda las barreras tradicionales de la división sexual del trabajo.

Como hemos visto las definiciones de emprendimiento y emprendedor, han sido construidas, de acuerdo con momentos históricos, en procesos de construcción de diferencias de los cuerpos, de los lugares de clase, desconsiderando la participación de las mujeres, sin ser definidas como parte de estas representaciones y aunque actualmente las funciones administrativas se tratan como neutras para hombres y mujeres, en la práctica la actividad emprendedora continua siendo percibida como un trabajo realizado solo por hombres. (AMORÓS; PIZARRO, 2006).

Es importante reconocer que el emprendimiento se había entendido como una actividad enfocada en el capital y trabajo, pero a partir del siglo XX comenzó a tener nuevos

significados, percibiéndose como una actividad realizada por un sujeto que actúa en beneficio propio y de la sociedad, demostrando que emprender no es una característica solamente del mundo de los negocios, sino que también es un fenómeno en continua interacción entre el individuo, la organización y el ambiente social, cultural, político y económico.

Pfeilstetter (2011) afirma que la consolidación del término emprendedor y su acción individual puede explicarse en la percepción del cambio social y el contexto de la modernidad que ha sido descrita por sociólogos en diversos términos. Entre los que expone a Beck (1986) a partir de su teoría de la flexibilidad de la vida profesional y personal, se puede explicar la aparición de los emprendedores en términos de flexibilización, individualización y riesgo; así como en la teoría de Sennett (2000) en la que se puede analizar como el sujeto emprendedor enfrenta la incertidumbre de manera creativa y flexible; en la teoría de la descripción de diferenciación funcional de Luhmann (1987) el emprendedor se puede definir como un agente que a partir de la independencia proporcionada por la sociedad, se relaciona con todos los sistemas sociales para su beneficio y en la teoría de Giddens (1991) se puede pensar que los individuos en su proceso de individualización reflexiva, generan cambios y al crear instituciones innovadoras desarrollan elementos que definen al emprendedor.

Vallmitjana (2014) existen diversas definiciones de emprendimiento, debido a su interdisciplinaridad, sin tener una definición única, entendiéndose generalmente como un proyecto que persigue fines económicos, políticos o sociales, entre otros y posee características como innovación e incertidumbre, coordinando recursos e integrando diferentes sectores y actores del entorno, generando impacto en la vida del emprendedor y en la comunidad en la que habita, posibilitando así la construcción del sujeto y la transformación del entorno.

En Colombia el concepto de emprendimiento y emprendedor se encuentra descrito en la ley 1014 del año 2006, que fue creada por el gobierno ante problemáticas de pobreza y desempleo, para promover una cultura emprendedora, incorporando en el sistema educativo el desarrollo de capacidades e incentivando la creación de empresas. Considerando emprendimiento una actividad realizada por un individuo en la que piensa, razona y actúa centrado en las oportunidades, actuando con liderazgo y gestionando riesgos con la finalidad de beneficiar a la empresa, la economía y la sociedad y define emprendedor como una persona con capacidad de innovar, generar bienes y servicios de forma creativa, ética, responsable y efectiva.

El GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) es una iniciativa de *London Business School* y *Babson College*, creado en el año 1999, con la finalidad de ser una red de

investigación mundial, sobre el proceso de concepción, creación, puesta en marcha y desarrollo de empresas, entrevistando anualmente adultos entre 18 a 64 años y profesionales de diversos segmentos. Aborda el concepto de emprendimiento desde la perspectiva de procesos, considerándolo un negocio al existente por más de tres meses y su propietario es denominado empresario.

Dado que el GEM investiga la realidad emprendedora a nivel internacional y es el mayor estudio unificado de la actividad emprendedora en el mundo, tomaremos esta definición en esta investigación, considerando emprendimientos los negocios creados en un periodo superior a tres meses y se referirá como emprendedora a su propietaria.

## 1.2 TEORÍAS DE INVESTIGACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

Los estudios sobre emprendimiento, creación de empresas y función empresarial han sido realizados desde cuatro enfoques teóricos, que a su vez son clasificados en tres niveles de análisis, expuestos en el cuadro No. 1.

**CUADRO 1 - ENFOQUES TEÓRICOS SOBRE EL ESTUDIO CREACIÓN DE EMPRESAS.**

Enfoques Nivel de análisis	Enfoque Económico	Enfoque Psicológico	Enfoque Socio cultural e institucional	Enfoque Gerencia
Micro (nivel individual)	La función empresarial como cuarto factor de producción Teoría del beneficio del empresario	Teoría de los rasgos de la personalidad Teoría psicodinámica de la personalidad del empresario	Teoría de la marginación Teoría del rol Teoría de redes	Teoría de la eficiencia X de Liebenstein Teoría del comportamiento del empresario Modelos de proceso de la creación de empresas
Meso (Nivel de empresa)	Teoría de costos de Transacción		Teoría de redes Teoría de la incubadora Teoría evolucionista	Modelos de éxito de la nueva empresa Modelos de generación y desarrollo de nuevos proyectos innovadores
Macro (nivel global de la empresa)	Teoría del desarrollo económico de Schumpeter	Teoría del empresario de Kirzner	Teoría del desarrollo económico de Weber Teoría del cambio social Teoría de la ecología Teoría institucional	

FUENTE: Veciana 1999, p. 16 apud Chávez y Hernández, 2012.



El enfoque económico se basa en la racionalidad económica y aversión al riesgo, en la innovación y el nuevo proceso de producción; el enfoque psicológico se centra en determinar rasgos característicos de los emprendedores; el enfoque socio-cultural defiende la idea de crear empresa por factores del entorno, siendo la creación de empresas una relación entre la construcción ideológica y el comportamiento económico y el enfoque directivo o gerencial, analizando la creación de empresas, como un proceso racional de decisión, tratando de elaborar modelos prácticos para la creación de empresas. (VALLMITJANA, 2014).

Entre las teorías que indagan factores de cuño sociológico esta la del enfoque socio – cultural, que analiza los elementos que influyen en los individuos para tomar decisiones con respecto a la creación de nuevas empresas y que afectan el entorno en el que se desenvuelven los emprendedores. Como afirma Cardozo (2010) la actividad empresarial se relaciona con un conjunto de factores sociales, culturales, económicos y psicológicos en que las características del emprendedor son adquiridas en un proceso de socialización.

En ese enfoque encontramos la teoría de marginalización, la cual expone que ciertos grupos al estar en situaciones de separación social, encuentran en la creación de empresa una opción profesional e incluso para obtener un reconocimiento e integración social, siendo de este modo una respuesta a la falta de movilidad social. Así mismo, plantea que deben darse unas condiciones favorables del entorno social, cultural, político y económico que permita al individuo la creación de empresa, lo que nos indica la necesidad de analizar las condiciones del entorno de las emprendedoras.

La teoría de rol analiza cómo en algunas zonas geográficas existe mayor actividad emprendedora, mientras que en otras zonas es escasa, debido a que la existencia de “roles de emprendedores” estimula la aparición de nuevos empresarios. Ante lo que podríamos pensar que si se encuentran más modelos masculinos que femeninos, posiblemente esto afecte la creación de emprendimientos de mujeres.

Chávez y Hernández (2012) afirman que la teoría de redes explica que la creación de empresas requiere establecer relaciones entre los emprendedores y las redes sociales, mediante interconexiones y reacciones en cadena, en las que interactúen y cooperen entre sí, para la obtención de recursos. Siendo el fenómeno empresarial, un proceso de cooperación y confianza, en redes de tipo formal, compuestas por relaciones entre empresarios, clientes, proveedores, entidades financieras, organismos públicos o privados o de tipo informales como familiares, amigos y conocidos. Redes que como veremos más adelante son constituidas respondiendo a las relaciones de género.

La política económica de las regiones implementa la teoría de la incubadora<sup>3</sup>, basada en la importancia de instituciones que actúen en la generación de ideas de negocio y en concebir empresas que permitan el desarrollo económico de la región. Existiendo diversas instituciones gubernamentales que apoyan e impulsan a las mujeres para crear empresas, sin embargo, algunas políticas establecidas para ello implementan instrumentos y métodos, que de forma imperceptible dan continuidad a la división sexual del trabajo, lo que analizaremos como medidas de “flexibilización en el emprendimiento”.

La teoría evolucionista enfocada en el desarrollo y cambio de la economía, afirma que con el tiempo se determinan los comportamientos del mercado y de la empresa. (VALLMITJANA, 2014; CARDOZO, 2010). Lo que nos permite pensar como las nuevas necesidades y crecimiento económico, han sido algunos de los factores que han influido en la inserción de las mujeres en la actividad emprendedora.

La teoría del desarrollo económico estudia la influencia de los factores socioculturales en el comportamiento empresarial, a partir de tres campos: la acción social, el análisis de la burocracia y la sociología de la religión y ética protestante y finalmente, encontramos la teoría institucional que explica los aspectos sociales e institucionales que incentivan a los individuos a emprender, partiendo de la importancia económica, las leyes, hábitos o costumbres que conforman el entorno donde se producen los hechos económicos, analizando la interacción de instituciones políticas, económicas, sociales y educativas. En que los factores institucionales de tipo formal son coercitivos como las leyes, las reglamentaciones y las reglas y los factores de tipo informal son normativos cognitivos como las normas, la cultura y la ética. (CHÁVEZ; HERNÁNDEZ, 2012).

Cardozo (2010) afirma que estos enfoques teóricos permiten comprender como la actividad emprendedora se da en situaciones sociales, en las que los individuos se desarrollan a través de su inserción social. Por lo que la actividad emprendedora femenina, puede ser mejor entendida en términos de vivencias personales (origen familiar, educación, experiencia ocupacional previa, estilo de vida, etc.) y en el entorno en el que se implementa (ambiente facilitador, económico, cultura, políticas públicas), con lo que se afirma la necesidad de analizar la narrativa de vida personal y el entorno social, cultural, político y económico de las emprendedoras. Habiendo comprendido los enfoques teóricos de investigación del emprendimiento en general, a continuación nos enfocaremos específicamente en el femenino.

---

<sup>3</sup>El termino incubadora en el ámbito empresarial corresponde a una organización diseñada para acelerar el crecimiento y asegurar el éxito de proyectos emprendedores, a través de recursos y servicios empresariales.

### 1.3 LO QUE SE INVESTIGA SOBRE EMPRENDIMIENTO FEMENINO

Los estudios sobre emprendimiento femenino son pocos, no se conoce a profundidad sus características, formas de acceso al financiamiento, tipo de empresa y su contribución para el crecimiento de la productividad de sus países. (HELLER, 2010). Lo que se demuestra en el hecho de que en los periódicos más importantes de emprendimiento en Europa y EE.UU, tan solo el 25% de las publicaciones sean sobre empresarias (ORTÍZ; DUQUE; MAYORGA, 2008), sabemos más sobre las condiciones sociales y del trabajo de las mujeres como trabajadoras que como empresarias. (SELA, 2010).

Entre las causas atribuidas por Justo (2008) está la tendencia de asumir el emprendimiento como una forma natural, cultural y tradicional del sexo masculino, la supuesta poca creación de empresas por mujeres y la mayoría de estudios sobre el tema centran su atención en aspectos relacionados con procesos y características propias de las empresas (tamaño, sector, productividad innovación), sin analizar las especificidades de género. Rodríguez y Santos (2008) afirman que es pequeño el número de investigadores en este tema en el área de las ciencias sociales, comenzando a ser percibida su importancia hace tiempos muy recientes.

No en tanto, la Cámara de Comercio de España, Fundación Incyde (2007) afirma que cerca de 400 – 500 investigaciones abordan directamente el tema de emprendimiento femenino, aproximándonos a algunas realidades. Estudios que comenzaron en los años 1980 de forma descriptiva, enfocándose en las características, diferencias, motivaciones que constituían el perfil entre hombres y mujeres en cuanto a tolerancia y riesgo, estilos de gestión y sensibilidad a aspectos no económicos. Siendo investigaciones que no captaban el desvío de normas de género.

Castiblanco (2013) afirma que en los años 1990 las investigaciones comenzaron a tener una perspectiva feminista, profundizando el estudio de las diferencias procedentes de las experiencias de socialización entre hombres y mujeres, así como las barreras estructurales que las mujeres deben afrontar, centrándose en: características socio – demográficas, diferencias entre hombres y mujeres, como el contexto y la definición cultural de género pueden afectar la decisión de iniciar una actividad productiva y la manera como el emprendimiento es un proceso vital en la redefinición de género.

Para Ruiz (2012) esto se dio porque algunos autores como Fisher, Reuber y Dyke (1993) y Mirchandani (1999) llamaron la atención por cambiar el enfoque descriptivo y normativo que asume el emprender como único del hombre, incentivando a analizar las

diferencias de las relaciones sociales con perspectiva de género, desarrollándose estudios sobre emprendimiento inspirados y estructurados en marcos teóricos derivados de las teorías del feminismo liberal, socialista y post-estructuralista.

La teoría feminista liberal defiende la igualdad, exponiendo que la diferenciación entre hombres y mujeres no se da por condiciones biológicas, sino que se fundamenta en el proceso estructural de socialización, en que se presentan prácticas discriminatorias y factores sistemáticos que privan a las mujeres del acceso a recursos físicos, educación, autonomía económica y posibilidades de emancipación. (RUIZ, 2012). Las investigaciones de emprendimiento basadas en esta teoría, exponen la existencia de prácticas discriminatorias que impiden a las mujeres acceder a recursos, como: educación, experiencia profesional, capital financiero, tecnología, oportunidades de mercado, para establecer y gestionar la creación y manutención de empresas rentables. (JUSTO, 2008).

La teoría feminista social plantea que hombres y mujeres difieren de sus experiencias, por sus variaciones en la forma de socialización que cada colectivo ha experimentado en edades muy tempranas, es decir, en como son construidas socialmente en un proceso relacional la masculinidad y la feminidad. Las investigaciones de emprendimiento que se fundamentan en esta teoría han realizado estudios comparativos, de acuerdo con el sexo, afirmando que los rasgos femeninos son percibidos como recursos que han de ser utilizados de forma constructiva y no como una desventaja, investigando aspectos sociales, como: los conflictos entre la vida personal, profesional, social y empresarial, el apoyo familiar recibido, las creencias estereotipadas de hombres y mujeres emprendedores, motivaciones y definición del éxito de acuerdo con el sexo. (RUIZ, 2012).

Las investigaciones de emprendimiento basadas en la teoría feminista post-estructuralista, se centran en como son construidos los conceptos de masculinidad y feminidad afectando el orden social, en que el género es independiente del sexo biológico, buscando comprender cuando un emprendedor o emprendedora actúa de acuerdo con los estereotipos de género. Esta teoría plantea que las mujeres no son un grupo homogéneo, sino que hay diversos factores demográficos, familiares, educativos, del ciclo de vida en que se encuentran, modelos emprendedores a seguir y contextos que producen diferencias entre las emprendedoras. (JUSTO, 2008).

Heterogeneidad que debe ser indagada, porque a pesar de que el emprendimiento femenino ha comenzado a ser analizado por diversas organizaciones a nivel mundial como la Unión Europea (UE), la organización para la cooperación y el desarrollo económico (OCDE), la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la organización mundial del comercio

(OMC), entre otras. En su mayoría estudian a las mujeres como homogéneas, generando resultados estadísticos, sin tener en cuenta que tienen intercesiones diferentes, como: la historia, clase, etnia, generación y una construcción de vida diferente.

Por lo que esta investigación se basa en una perspectiva teórica de género considerando la heterogeneidad de las entrevistadas, las relaciones sociales específicas del tiempo y el espacio en que tienen lugar, reconociendo las barreras ante las que se encuentran y los patrones sociales que se presentan en cuanto a la orden simbólica de lo femenino y lo masculino.

#### 1.4 ¿EMPRESARIOS DIFERENTES ENTRE MUJERES Y HOMBRES? PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS Y DIFERENCIAS

Entre los emprendimientos de mujeres y hombres, hay diferencias como son: la poca participación femenina a comparación con la masculina, las actividades y sectores en los que las mujeres emprenden generalmente corresponden a actividades consideradas femeninas, con poco crecimiento y tendencia a ser pequeños y medianos. (RODRÍGUEZ; SANTOS, 2008). Diferencias que fueron indagadas en teorías contemporáneas e investigaciones en América Latina y el Caribe<sup>4</sup>, específicamente en Colombia.

Aunque el emprendimiento se ha tornado un generador de empleo y renta para las mujeres, su nivel de participación es menor respecto al de los hombres (FUENTES; SÁNCHEZ, 2010; JUNQUERA, 2004). Observándose en algunos países de América Latina y el Caribe<sup>5</sup> en los emprendimientos iniciales y remarcándose en los establecidos<sup>6</sup>.

En Colombia<sup>7</sup> el 30,5% de los emprendimientos iniciales corresponde a hombres, contra el 17,3% de mujeres, siendo una diferencia de 13,2 puntos, seguido de Chile con una diferencia de 11 puntos y Uruguay de 10,7, el único país que en su perfil de sexo no expresa diferencias en cuanto emprendimientos iniciales es Brasil que tiene más emprendimientos femeninos, como se muestra en la tabla 1.

---

<sup>4</sup>Se tomaron datos de 12 países que fueron analizados tanto en los informes base para los análisis de las diferencias entre emprendimientos de mujeres y hombres, como tanto en los del entorno del emprendimiento.

<sup>5</sup>Las tasas de cada país significan el porcentaje de emprendedores en cada etapa, por género, en relación a la población de 18 a 64 años que fue encuestada en el año 2013, siendo entrevistados más de 197.000 adultos y aproximadamente 3.800 expertos en 70 países.

<sup>6</sup>Iniciales: 3 a 48 meses y establecidos: más de 48 meses, categoría determinada por GEM.

<sup>7</sup>Las tasas de Colombia corresponden a la población de 18 a 64 años que fue entrevistada, siendo un total de 3400 encuestas en 35 municipios.

TABLA 1- EMPRENDEDORES INICIALES (TEA)

País	Hombres (%)	Mujeres (%)	Diferencia
<b>Colombia</b>	30,5	17,3	13,2
<b>Chile</b>	30,0	19,0	11,0
<b>Uruguay</b>	19,7	9,0	10,7
<b>Trinidad y Tobago</b>	23,3	15,6	7,7
<b>Perú</b>	27,3	19,6	7,7
<b>Ecuador</b>	39,5	32,6	6,9
<b>Panamá</b>	23,8	17,4	6,4
<b>Argentina</b>	19,2	12,9	6,3
<b>Guatemala</b>	14,4	10,5	3,9
<b>México</b>	16,8	13,0	3,8
<b>Jamaica</b>	15,3	12,3	3,0
<b>Brasil</b>	17,2	17,4	-0,2

FUENTE: GEM (2014), elaborado por la autora.

La diferencia entre la participación de hombres y mujeres en la actividad emprendedora se incrementa en las fases subsecuentes del desarrollo del negocio, demostrando que no todos los emprendedores logran permanecer en la actividad (ver tabla 2).

TABLA 2 - EMPRENDEDORES ESTABLECIDOS (TEE)

País	Hombres (%)	Mujeres (%)	Diferencia
<b>Trinidad y Tobago</b>	15,8	6,9	8,9
<b>Argentina</b>	13,1	6,4	6,7
<b>Brasil</b>	18,6	12,6	6,0
<b>Ecuador</b>	20,5	15,6	4,9
<b>Uruguay</b>	7,4	2,7	4,7
<b>Colombia</b>	8,0	3,9	4,1
<b>Perú</b>	7,5	3,4	4,1
<b>Chile</b>	10,5	6,5	4,0
<b>México</b>	5,7	2,8	2,9
<b>Guatemala</b>	5,9	4,4	1,5
<b>Panamá</b>	4,0	3,0	1,0
<b>Jamaica</b>	6,5	6,0	0,5

FUENTE: GEM (2014), elaborado por la autora.

En la tabla anterior se refleja que la participación masculina en emprendimientos establecidos en Colombia se redujo a un 8% y la de las mujeres a un 3,9%, sin embargo, los hombres están participando en la actividad un 50% más que las mujeres; en Chile se

encuentra una diferencia de empresas creadas por hombres con respecto a las de mujeres de 4 puntos; Uruguay de 4,7; siendo Trinidad y Tobago el país con mayor diferencia de 8,9 puntos.

Brasil que en la anterior fase no reflejo diferencia de acuerdo con el sexo, en esta fase presenta una diferencia de 6 puntos, indicando la vulnerabilidad que tienen las mujeres para dar continuidad a sus emprendimientos y desventajas en términos de su participación. Reafirmando la importancia de investigar las razones que originan su poca participación en la creación de empresas y su deserción de la actividad (GEM, 2014) y sí corresponde a las relaciones desiguales de género.

La discontinuidad en la actividad emprendedora Colombiana se presenta en todas las etapas del emprendimiento (ver tabla No. 3). Por lo que el GEM (2014) denominó la dinámica empresarial: “tubería empresarial”, refiriéndose a la deserción como fugas de la actividad.

**TABLA 3 - PARTICIPACIÓN POR SEXO EN LAS ETAPAS DE EMPRENDIMIENTO**

<b>Etapas</b>	<b>General</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
<b>Aceptación socio-cultural</b>	76,6%	78,0%	75,0%
<b>Empresarios potenciales</b>	65,0%	60,2%	68,9%
<b>Empresarios intencionales</b>	54,5%	48,9%	61,1%
<b>Empresarios nacientes</b>	13,6%	10,0%	17,5%
<b>Empresarios nuevos</b>	10,3%	7,4%	13,5%
<b>Empresarios establecidos</b>	5,9%	4,0%	7,9%

FUENTE: GEM (2014), elaborado por la autora.

En tabla anterior indica que la primera etapa del emprendimiento denominada “aceptación socio cultural” es decir, la percepción social favorable para mujeres es de 78% y para hombres de 75%, de acuerdo con la apreciación de los entrevistados sobre: la creación de empresas como opción de carrera profesional, estatus y representación como producto social, la creación de empresas y la cobertura de los medios de comunicación a empresas de éxito.

Seguidamente se evalúa el “potencial emprendedor” que se refiere a las capacidades y habilidades de las personas para convertirse en empresarios, a partir de la identificación de oportunidades, conocimientos, habilidades y experiencias en la creación de empresas. Etapa en la que el porcentaje femenino (60%) comienza a reducirse con respecto a la etapa anterior, lo que indica que aunque sea aceptado socialmente el hecho de que las mujeres inicien nuevos negocios, no hay igualdad para desarrollar su potencial emprendedor, están más distantes de las oportunidades del mercado y no hay incentivos suficientes para iniciar empresas. (AMORÓS; PIZARRO, 2006).

Las personas que tienen intención de crear empresa en los siguientes tres años, son denominados por el GEM como “empresarios intencionales”, estando Colombia en el 4 lugar a nivel mundial, con más empresarios en esta etapa (54,5%), sin embargo el porcentaje de mujeres (48%) que planean crear un negocio se reduce, indicando que aunque perciben potencial para crear empresas, no se motivan o no lo ven como una realidad para sus vidas.

Cuando están iniciando la creación de empresas son considerados “empresarios nacientes” a quienes ya realizaron pagos de cualquier tipo de remuneración por un periodo menor de tres meses, etapa en la que existe una diferencia entre mujeres (10%) y hombres (18%), probablemente porque no cuentan con financiación, conocimiento y/o apoyo para desarrollar su potencial empresarial. (GEM, 2014).

Al permanecer en la actividad en un periodo de 3 a 48 meses se consideran “empresarios nuevos”, etapa en la que hay una disparidad de género, encontrándose 7,4% de mujeres y 13% de hombres. Posteriormente se presenta la supervivencia de la empresa en el mercado, denominada “empresarios establecidos” que son quienes tienen más de 48 meses en la actividad, en esta etapa la cifra es más desalentadora, ya que tan solo el 4% de mujeres y 7,9% de hombres respectivamente, logran permanecer en la actividad con una disparidad de género superior a todas las demás fases.

Demostrando que aunque las mujeres logren crear empresas son más vulnerables para permanecer y tener crecimiento en sus emprendimientos, situación que con el paso del tiempo se agudiza en el ámbito emprendedor. Aparentemente estas diferencias en números se perciban como poco, pero su impacto en la conquista de las mujeres en este ámbito que es mayoritariamente masculino y limitado para las ellas, demuestra estar creando más limitantes.

Al analizar la relación sexo – edad, también encontramos disparidad, (ver tabla 4).

**TABLA 4 - PARTICIPACIÓN POR EDAD EN LA ETAPA TEA**

<b>Edad</b>	<b>General</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Hombres</b>
<b>18 – 24</b>	22,9%	17,2%	28,4%
<b>25 – 34</b>	25,8%	17,6%	34,3%
<b>35 -44</b>	30,6%	22,3%	39,4%
<b>45 - 54</b>	21,1%	17,2%	25,7%
<b>55 – 64</b>	13,7%	9,1%	19,0%

FUENTE: GEM (2014), elaborado por la autora.

La mayor participación de empresarios nacientes y nuevos, se encuentran en el rango de edad de los 35 a 44 años, etapa en la que se presenta mayor diferencia entre hombres y



mujeres en la actividad emprendedora, seguida del rango de edad de 25 a 34 años, así que aún en la edad con mayor tendencia a emprender hay menos mujeres emprendiendo, posiblemente porque generalmente es su rango de vida reproductivo, a diferencia de los hombres, para quienes es su mejor periodo para emprender.

Se presenta una propensión de las mujeres a mantener micro y pequeñas empresas a diferencia de los hombres (SELA, 2010; BANCO MUNDIAL, 2010), siendo pequeños en términos de ventas y número de empleados, del 22% de la población femenina no asalariada tan solo el 9,4%, son empleadoras y 3 de cada 4 empleadoras, se ubican en establecimientos de menos de 5 empleados,

Entre los factores que limitan la actividad emprendedora de las mujeres se encuentran: las opciones de financiamiento, acceso a tecnologías, educación, políticas públicas, variables personales como la necesidad de conciliar el trabajo y la familia, tomando sus decisiones con base en esos criterios, al contrario de los hombres que tienen más oportunidades y libertad con respecto a su tiempo y decisiones. Por causa de la tradicional división sexual del trabajo y los estereotipos sociales aún presentes en nuestra sociedad. Existiendo diferencia entre la igualdad de oportunidades y de decisión, dos tipos de igualdad que aún no se consiguen totalmente para la mujer.

Las empresas creadas por mujeres, no siempre están legalmente constituidas, estando mayoritariamente en la economía informal<sup>8</sup>, solo el 10,2% de mujeres que trabajan por cuenta propia operan como entidad formal, debido a los altos costos de legalización, impuestos y reglamentación que se encuentran sujetas a seguir y aunque las normas de regulación afectan tanto a hombres como mujeres, las empresarias han reportado no tener conocimiento adecuado y oportuno del proceso. (BANCO MUNDIAL, 2010).

Adicionalmente, están generalmente en sectores de actividades tradicionalmente femeninas, con bajo desempeño económico y pocas perspectivas de futuro, entre los que están: el sector de servicios (atendimiento domiciliario, vestuario, cosméticos, cocina, actividades de cuidado, etc.), manufactura y comercio (venta por menor), con baja rentabilidad y estabilidad, destinados a desaparecer, porque el mercado exige estrategias de modernidad y diversificación, que desplazan los establecimientos sin innovación y poco competitivos. En cuanto, los hombres se encuentran en una variedad de siete sectores de la

---

<sup>8</sup>La OIT define la economía informal como el conjunto de actividades económicas desarrolladas por los trabajadores y las unidades económicas que tanto en la legislación como en la práctica, están insuficientemente contempladas por sistemas formales o no lo están en absoluto.

industria que generan mayores utilidades e innovación tecnológica, brindándoles crecimiento continuo. (BANCO MUNDIAL, 2010; STROBINO, 2009).

La diferencia entre la participación de mujeres con respecto a los hombres en la actividad empresarial, el poco crecimiento, permanencia y sectores en los que se encuentran sus emprendimientos, son aspectos que nos permiten reflexionar que las mujeres se enfrentan a mayores dificultades y situaciones que les limita su desenvolvimiento en la actividad emprendedora. Por lo que esas diferencias deben ser analizadas y explicadas, determinando como se constituyen y si responden a la tradicional división sexual del trabajo y a la orden simbólica de lo femenino y masculino, forjando desigualdades en razón de su sexo.

### 1.5 ENTORNO DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN AMÉRICA LATINA Y COLOMBIA

Emprender es un proceso definido por elementos del contexto social, cultural, político, económico y de sí mismos (CARDOZO, 2010), por lo que para entender las barreras y dificultades que viven las mujeres en la actividad emprendedora, es necesario analizar los factores del entorno que influyen y condicionan ese ámbito. Para lo que planteamos dos categorías: factores externos e internos, guiándonos en el modelo utilizado por Heller (2010), modificándolo y adaptándolo para los fines de esta investigación (Ver cuadro 2).

**CUADRO 2 - CATEGORÍAS DEL ENTORNO EMPRENDEDOR**

<b>Categoría factores externos</b>	<b>Variables</b>
Factores político / institucionales	Políticas públicas, programas de gobierno diseñados para apoyar los emprendimientos, educación y capacitación, transferencia de tecnología y acceso a servicios profesionales, apoyo de entidades en la gestación de emprendimientos.
Factores generales del medio	Financiación de nuevos emprendimientos, riesgos del entorno emprendedor, normas y procedimientos necesarios para el inicio de la actividad.
Factores del mercado laboral	Desempleo femenino, barreras para desempeñar cargos gerenciales y desigualdades salariales.
<b>Categoría factores internos</b>	
Factores personales:	Motivaciones, aspiraciones, espíritu emprendedor, percepciones personales del éxito de las emprendedoras e influencias familiares.

FUENTE: Heller (2010), elaborado por la autora.

En la comprensión de la categoría de factores externos, se analizaron algunas investigaciones e informes sobre emprendimiento femenino en América Latina y el Caribe y Colombia que exponen las principales barreras y oportunidades, con respecto a las condiciones político- institucionales, del medio y del mercado laboral que se presentan en el emprendimiento femenino, como el “Índice del Entorno Empresarial para Emprendedoras, realizado por *The Economist Intelligence Unit* (EIU)<sup>9</sup>, examinando 20 países, según sus influencias positivas y negativas y los factores que contribuyen a la creación y crecimiento de emprendimientos de mujeres.

*The Economist Intelligence Unit – EIU* (2013) identificó los mejores ambientes por países para las mujeres emprendedoras, clasificando a Chile en primer lugar por su bajo riesgo macroeconómico, iniciativas sobre diversidad de proveedores y servicios sociales, Perú en segundo lugar por sus fuertes redes de negocios, programas técnicos de apoyo a PYME<sup>10</sup> y entorno macroeconómico estable y Colombia en tercer lugar por contar con programas de capacitación para PYME y ofrecer acceso a la mujer en educación a nivel universitario, condiciones que se expondrán y especificarán a continuación.

### **1.5.1 Factores – institucionales**

El Sistema económico latinoamericano y del Caribe (SELA) (2010) afirma que las políticas públicas influyen el emprendimiento femenino, por lo que realiza una crítica al hecho de que a pesar de existir en América Latina y el Caribe investigaciones que tratan la equidad de género, lo hacen solo a partir de la situación de la mujer en el mercado laboral y su potencial de contribución en el desarrollo económico y social. Sin que el tema de pequeñas y medianas empresas de mujeres sea parte de la agenda económica y productiva de los gobiernos, reflejando falta de valoración real y concientización del aporte que las empresarias pueden hacer a la sociedad.

Aunque esta crítica que realiza el SELA, manifiesta la necesidad de políticas públicas en el emprendimiento femenino, siendo un gran avance, lo realiza solo para pequeñas y medianas empresas, lo que posiblemente indique la esencialización de que las mujeres entren en lo micro y pequeño, sin posibilidades y perspectivas de crecimiento y valoración real como empresarias.

---

<sup>9</sup> Unidad de negocios independiente dentro del grupo *The Economist*, es una publicación semanal británica sobre temas de relaciones internacionales y economía.

<sup>10</sup>PYME – Pequeña y mediana empresa.

Los programas desarrollados en Colombia por la Consejería Presidencial de la Mujer entidad rectora de políticas públicas para las mujeres, en las áreas de empleo y desarrollo empresarial abordan las problemáticas de pobreza, educación y capacitación de la mujer. Entre los que están: “Mujer Cabeza de Familia Microempresaria” dirigido a mujeres de estratos 1 y 2 del sector urbano y rural, incluyendo componentes de asesoría, crédito y seguimiento, el “Programa Nacional de la Mujer Empresaria – Expo empresaria” que pretende generar redes entre microempresas del mercado nacional, regional y local, los consumidores y las organizaciones en favor del desarrollo del sector empresarial, la “Feria Regional de la Mujer Empresaria” y las “Jornadas de Banca de Oportunidades para mujeres”.

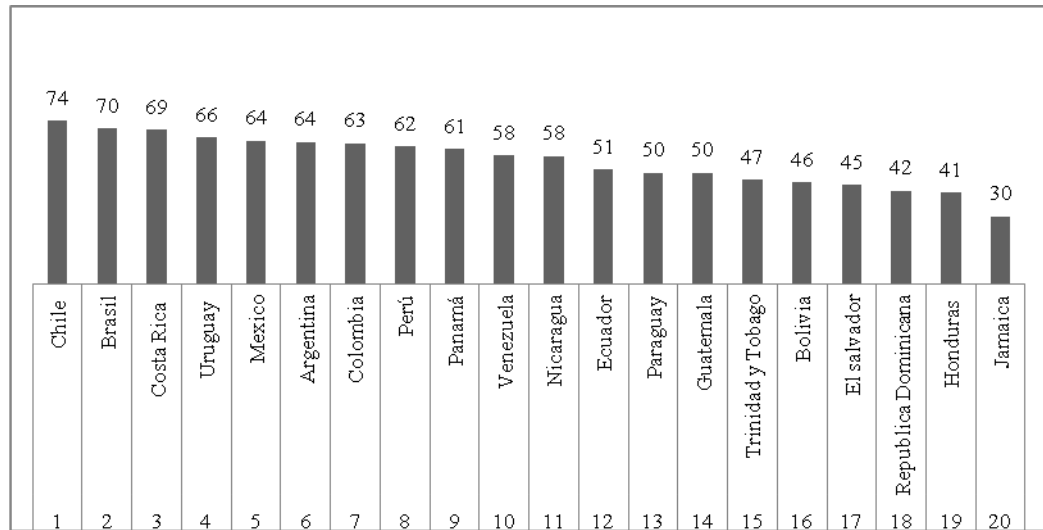
Otros programas y entidades creadas con la intención de apoyar la creación y fortalecimiento de incubadoras y creación de empresas son: el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) enfocado en la base tecnológica, “Fondo Emprender” que financia emprendimientos, “Fomipyme” que cofinancia proyectos de mejoramiento productivo para fomentar innovación, exportación y desarrollo, “Mujeres Ahorradoras en Acción” que busca dar oportunidades a mujeres pobres para que fortalezcan sus negocios a través de un ahorro programado.

En Bogotá se implementó el plan de “Desarrollo económico, social, ambiental y de obras públicas de 2012 – 2016”, ejecutando los programas: “Apoyo a la economía popular, emprendimiento y productividad” para promover el incremento de la capacidad económica y financiera de la población en situación de vulnerabilidad, facilitar alianzas con grupos empresariales y económicos y desarrollar programas de formación, asistencia y acompañamiento técnica para el fortalecimiento de proyectos productivos.

Los programas anteriores vislumbran posibilidades para que las mujeres incursionen en la actividad emprendedora, siendo de gran importancia, sin embargo, son resultado de políticas públicas enfocadas en micro emprendimientos, planteados como solución en situaciones de vulnerabilidad y carencia económica, no como una opción de crecimiento económico y del proceso emancipador de las mujeres, cuestión que será analizada y constatada en esta investigación.

Entre otras políticas públicas que los gobiernos implementan están los servicios sociales, en búsqueda de brindar respaldo a las familias, facilitando a la mujer pasar de actividades tradicionales de cuidado a generar oportunidades económicas, clasificados por el *The Economist Intelligence Unit*, como se encuentra en el gráfico No. 1.

GRÁFICO 1 - SERVICIOS SOCIALES OFRECIDOS POR LOS GOBIERNOS EN AMÉRICA LATINA



FUENTE: *The Economist Intelligence Unit*. (2013), elaborado por la autora.

Está en primer lugar Chile, seguido de Brasil, Costa Rica y Uruguay, y Colombia en séptimo lugar, con mecanismos como el cubrimiento de pensiones para personas mayores, acceso y calidad en cuanto al cuidado de los niños, licencias de maternidad para madres y padres, para que los hombres participen en las actividades de cuidado, eliminando de esta forma algunos desincentivos para incursionar en el sector empresarial.

Con respecto a la educación ésta se ha convertido en un factor de importancia en la actividad emprendedora, para poder cumplir con las exigencias del crecimiento económico y del mercado. Por lo que quienes quieran incursionar como empresarios requieren de formación específica que le proporcione conocimientos para la abertura de empresas y a su vez refuerce la confianza en sí mismos, permitiéndoles mayor autonomía en sus decisiones en este ámbito. Demostrado en que cuando alcanzan mayor nivel académico, se tornan frecuentemente empresarios, al tener mayor propensión de percibir oportunidades en el mercado, existiendo una relación directa entre educación y emprendimiento. (GEM, 2014).

*The Economist Intelligence Unit* - EIU (2013) analizó la disponibilidad y costos asequibles de los programas de educación tradicional para la mujer, así como la capacitación en aptitudes financieras y empresariales, estando en primer lugar Colombia con una amplia capacitación vocacional asequible (55% de mujeres inscritas), apoyo técnico a microempresas y PYME, en segundo lugar Perú por tener presencia en organizaciones no gubernamentales (ONG) y en empresas del sector privado que proporcionan capacitación específica dirigida a la mujer en el sector urbano y rural.

En América Latina y el Caribe se cuentan con oportunidades de educación y capacitación para mujeres en habilidades empresariales, pero la mayor parte de esa formación

se ofrece como capacitación del trabajo (*THE ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT, 2013*) y las que están enfocadas en la creación de empresas, no son del todo pertinentes, porque la base del discurso educativo en favor de la formación emprendedora viene distorsionada. Como afirma ABREU (2009) por un carácter ideológico naturalizado en relación a los procesos históricos y sociales, perpetuando ideas y reglas de comportamientos y valores de lo femenino y masculino, haciendo que las herramientas utilizadas para promover la equidad de género vinculadas a la actividad no siempre sean de calidad, ni oportunas.

A pesar de existir leyes que promueven la actividad emprendedora de mujeres, generalmente limitan sus conocimientos a la manutención de empresas pequeñas y están enfocada en roles tradiciones de lo femenino y lo masculino, influyendo en que sus empresas se orienten a sectores de menor riesgo, excluyéndolas de los más productivos, sin posicionamiento y expansión en el mercado. (SELA, 2010; BANCO MUNDIAL, 2010).

Colombia tiene la mayor puntuación en cuanto al ámbito educativo para empresarias, lo que posiblemente se debe a que la formación en emprendimiento se ha convertido en una ley, estableciendo que la formación para el emprendimiento es obligatoria en los niveles de educación preescolar, básica, primaria, secundaria y educación media y en algunas instituciones universitarias, intentando promover una cultura emprendedora, vinculando el sistema educativo y el productivo y propendiendo el desarrollo productivo de micro y pequeñas empresas y económico del país, mediante el enunciado:

La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo. (COLOMBIA, LEY 1014 DE 2006).

Al analizar esta ley podemos percibir que su objetivo es generar una cultura para crear emprendimientos, transmitiendo a los ciudadanos la responsabilidad de participar en la solución a las problemáticas sociales, como el desempleo y la pobreza. Sin ser explícita en brindar conocimientos y apoyo para que los empresarios se mantengan o logren crecimiento en la actividad emprendedora y menos aún incluir aspectos de empoderamiento femenino o reducción de desigualdades de género, por lo que será de interés constatar ¿qué tan eficiente es esta ley en la realidad emprendedora de las mujeres?

Con respecto a la transferencia de tecnología en la Conferencia de Beijing en 1995, se destacó la importancia de las TIC (Tecnologías de Información y Comunicación) para el empoderamiento de las mujeres, requiriendo acortar las brechas en términos de incorporación

al desarrollo productivo. Por lo que se planteó la necesidad de políticas y programas que aseguren la igualdad de acceso a recursos y conocimientos que implica la utilización de las TIC en las MYPIME (HELLER, 2010) para elevar la eficiencia y entrar en nuevos nichos de mercado. De acuerdo con el informe del Economist Intelligence Unit (2013) Brasil es el mejor país con acceso a tecnología para las empresarias, ya que 58% de sus emprendimientos tienen certificación internacional de calidad, seguido por Panamá con un 30%.

Se consideran herramientas importantes para el crecimiento y cobertura del mercado: la creación de páginas WEB siendo Argentina (67%) el país con más emprendimientos femeninos que tienen esta herramienta, seguido por Chile (58%) y Colombia (57%), estando también entre los países que más usan el mail para fines empresariales (99%) y uso de internet (56%), indicando con esta medición las herramientas tecnológicas más asequibles.

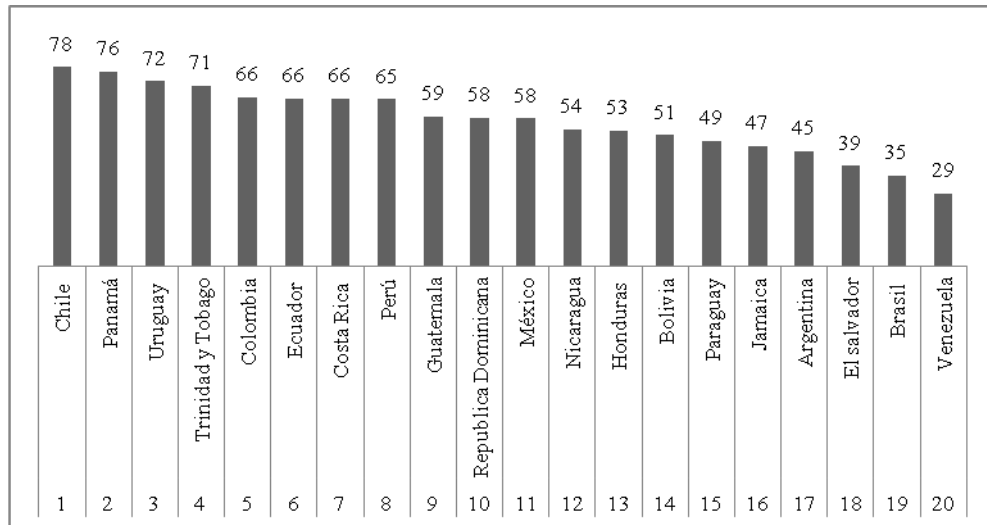
Como hemos visto las políticas públicas en el ámbito emprendedor deben ser transversales, es decir, atravesar varias áreas, con una perspectiva de género, que como afirma Castillo; Espejel y Hernández (2013) consideren las condiciones, situaciones y necesidades de las mujeres, pensando la igualdad de oportunidades en el ámbito social, económico, político y cultural que permitan cumplir el principio de equidad, elimine la discriminación y la subordinación de las mujeres, de forma que las acciones gubernamentales realmente tengan coherencia y mayores repercusiones.

### **1.5.2 Factores generales del medio**

En el entorno económico se encuentran riesgos macroeconómicos y de seguridad (física y vulnerabilidad a la corrupción), que por afectar el sector empresarial en general, son persuasivos con respecto a la permanencia en la actividad, afectando en mayor medida a las empresas pequeñas, que en su mayoría son de mujeres, debido a que tienen menos recursos para invertir en medidas preventivas, por lo que comprendemos que sí para las mujeres es difícil iniciar y tener crecimiento en su negocio, lo es más ante estas situaciones de riesgo.

*The Economist Intelligence Unit* - EIU (2013) determinó que entre los países menos riesgosos está Chile por su bajo riesgo macroeconómico y mínima vulnerabilidad a la corrupción, Panamá por su bajo riesgo macroeconómico e identificar menos delincuencia, robos o disturbios y Uruguay por sus bajos costos de seguridad. Colombia y Costa Rica lamentablemente en este aspecto presentan situaciones como soborno a funcionarios públicos, para poder operar los negocios (gráfico No. 2).

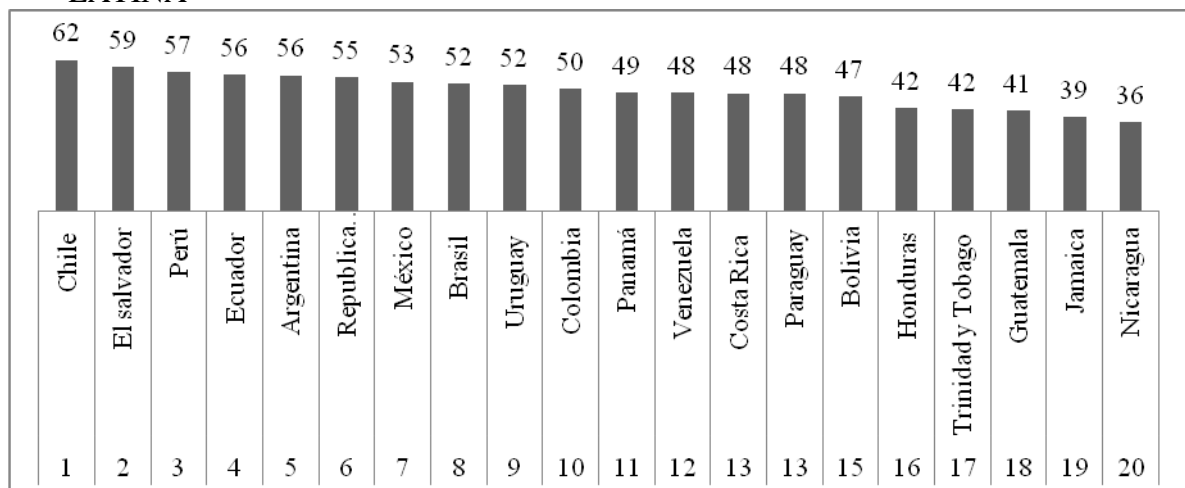
GRÁFICO 2 - SEGURIDAD Y ESTABILIDAD EN EL ENTORNO EMPRENDEDOR EN AMÉRICA LATINA



FUENTE *The Economist Intelligence Unit* – EIU (2013), elaborado por la autora.

Otro factor que hace desistir de crear empresas, persistir en la informalidad y desacelera el crecimiento empresarial, son los costos y requisitos regulatorios para constituir una empresa, derechos de propiedad y sofisticación empresarial. Afectando mayormente a las mujeres que inician en la actividad con menos capital financiero. *The Economist Intelligence Unit* – EIU (2013) realizó la clasificación presentada en el gráfico No. 3.

GRÁFICO 3 - AMBIENTE DE NEGOCIOS PARA LAS EMPRESAS EN AMÉRICA LATINA



FUENTE *The Economist Intelligence Unit* – EIU (2013), elaborado por la autora.

En primer lugar está Chile por tener igualdad de propiedad para hombres y mujeres, bajos costos para hacer negocios, una legislación que permite el crecimiento de los negocios y tasas impositivas con las que miden las cargas fiscales; en segundo lugar Salvador por sus



tasas impositivas y en tercer lugar Perú por sus costos bajos para iniciar y operar una empresa. Colombia clasificado en décimo lugar tiene dificultad para crear empresas por su complejo sistema tributario y burocrático, lo que será analizado en nuestra investigación, entendiendo porque en algunos casos las emprendedoras permanecen en la informalidad de la actividad.

Otro factor fundamental para el inicio y desarrollo de un emprendimiento es la posibilidad de acceso al crédito y financiamiento, imposibilitado generalmente para las mujeres, porque como se presentan desigualdades de género con respecto a la propiedad de los bienes productivos, teniendo menos garantías para acceder a créditos. (JUNQUERA, 2004). Además, el requisito de presentar garantías para las mujeres aumenta en un 80% distinto de los hombres que se mantiene en 42%. (BANCO MUNDIAL, 2010).

*The Economist Intelligence Unit* - EIU (2013) analizó el acceso al financiamiento, midiendo la disponibilidad y uso de productos financieros formales (acceso a servicios bancarios, inversión o capital de trabajo para PYME y acceso a microcrédito para empresas), indicando que hay limitantes para obtener créditos financieros. En ningún país de Latino América y el Caribe se consigue un adecuado acceso al financiamiento, el mayor puntaje en una escala de 100% fue México (57%) país en el que 72% de las mujeres absorben el 40% o más de la cartera bruta. Colombia ocupó el segundo lugar con situaciones similares y en tercera posición Trinidad y Tobago, con el mayor porcentaje de emprendedoras que ahorraron en bancos con fines para su actividad empresarial.

Estos índices permiten pensar que en cierta medida las instituciones de crédito han iniciado a reconocer a las mujeres como tomadoras de créditos e inversoras, pero se siguen presentando desigualdades (AMORÓS; PIZARRO, 2006), debido a su sexo y a los estereotipos producto de la división sexual de trabajo, que determinan al hombre como sostén de la familia y capaz de recibir utilidad de su actividad a diferencia de las mujeres que son vistas como proveedoras de ingresos complementarios y que no tendrá capacidad de pago.

### **1.5.3 Factores del mercado laboral**

Las condiciones del mercado laboral influyen en la decisión de las mujeres para emprender y en algunos casos, su historial laboral les permite desenvolver habilidades, aptitudes, capacidades o conocimientos que posibilitan la creación y manutención de sus proyectos.

Las barreras del mercado laboral influyen en la decisión de emprender, especialmente en las mujeres de menor renta y en las que se convierten en microempresarias.

(BANCO MUNDIAL, 2010). Entre esas barreras está el desempleo porque a pesar de estar incursionando en el ámbito productivo y en continuos procesos de capacitación académica, teniendo un promedio de años de estudio de 9,7 mayor que el de los hombres de 8,5 y capacitarse más a nivel universitario (51,6% y 48,3% respectivamente), son más propensas a no contar con un empleo a diferencia de los hombres, requiriendo buscar nuevas oportunidades de sustento económico.

En América Latina y el Caribe el 40,1% de la población femenina esta empleada en el sector formal, reflejándose un aumento de la participación de las mujeres en el ámbito productivo. Sin embargo se presentan mayores tasas de desempleo para las mujeres que para los hombres, (SELA, 2010). En Colombia para el año 2014 la población de hombres económicamente activos fue de 75,5% a diferencia de las mujeres con un 50,6% y la tasa de desempleo para los hombres fue menor (8,9%) que para las mujeres (12,5%).

Heller (2010) expone que la creciente participación de las mujeres en el mercado de trabajo está concentrada en trabajos inseguros, mal remunerados y de baja productividad, falta de oportunidades, de promoción y recompensas monetarias, impactando en sus posibilidades de autonomía económica y generalmente las actividades para las cuales son contratadas se encuentran bajo parámetros de la división sexual del trabajo, en América Latina y el Caribe, están empleadas en el sector de servicios (61,2%), el comercio (21,5%), sector manufacturero (12,9%), transporte (3,4%) (BANCO MUNDIAL, 2010) y en Colombia el comercio (33,7%), en el sector de servicios, específicamente el financiero (9,7%), sector manufacturero (13,1%) y otros servicios no especificados (32%). (CEPAL, 2013).

En Colombia solo el 25% de los cargos directivos son ocupados por mujeres, siendo considerado de acuerdo al estudio Global Gender Gap Report uno de los primeros países en América Latina, con mujeres en cargos de alta jerarquía. Por lo que es necesario pensar que si es uno de los países entre los primeros lugares y tan solo un cuarto de mujeres están en estos cargos, hemos logrado un acceso que en verdad no se traduce en igualdad.

Además cuando las mujeres avanzan en la estructura organizacional, su remuneración es inferior a la de los hombres que están en el mismo cargo, brecha salarial por género que fue analizada por el Banco Mundial (2010) presentando que en Argentina, Perú y Brasil las mujeres ganan un 30%, 28% y 29% respectivamente menos que los hombres a pesar de ejecutar el mismo cargo y funciones, demostrando que existe inequidad, por causa de las culturas organizaciones de las empresas y los estereotipos de sexo, que siguen delimitando las actividades productivas.

En este sentido, el gobierno Colombiano ha establecido en el marco legislativo leyes para promover la igualdad de la mujer en el ámbito productivo y proteger sus derechos económicos y laborales, planteado en el código sustantivo del trabajo en el artículo 10: Todos los trabajadores y trabajadoras son iguales ante la ley y tienen la misma protección y garantías, en consecuencia, queda abolido cualquier tipo de distinción por razón de carácter intelectual o material de la labor, su forma o retribución, el género o sexo salvo las excepciones establecidas por la ley. Sin embargo, la mujer Colombiana continúa sin tener participación igualitaria en el ámbito productivo.

#### **1.5.4 Factores internos**

Los factores internos como las motivaciones y los estímulos orientan las decisiones de las empresarias, por lo que a pesar de que el emprendimiento femenino no sea suficientemente estudiado, hay un interés en comprender los factores que determinan, influyen y motivan a las empresarias, específicamente en relación a la creación, desarrollo y manutención de nuevas empresas. (ORTÍZ; DUQUE; MAYORGA, 2008). Por lo que se encuentran una serie de estudios sobre emprendimiento concentrados en la articulación de factores individuales que influyen a las personas para ejecutar una carrera de negocios, las motivaciones de las mujeres empresarias, a partir de condiciones que son decisivas, relacionadas generalmente con la desigualdad de género.

A partir de ese tipo de estudios se han planteado tipologías que describen las emprendedoras de acuerdo con el tipo de motivación, identificando las que crean empresa por oportunidad, para incrementar sus ingresos, en comparación con los que tendrían siendo empleadas, obtener independencia con respecto a tiempo y decisiones y/o desarrollar una idea y las que crean empresa por necesidad, que son quienes no tienen otro medio o posibilidades de sustentarse económicamente, por sus responsabilidades reproductivas o por ser una forma de escape de las desigualdades en el sector laboral, en que influyen factores como el nivel educativo, responsabilidades familiares, situación económica, entre otros. (BANCO MUNDIAL, 2010).

Clasificadas como motivaciones intrínsecas y extrínsecas, entendiéndose las primeras como la necesidad de independencia y conciliación de la vida profesional y familiar y por extrínsecas la necesidad de eliminar barreras que les impide el posicionamiento en actividades de autoridad y responsabilidad, al ser aceptadas socialmente como únicas de los hombres.

Motivaciones que pueden venir desde determinaciones de la personalidad o el resultado de la interacción con otros. (CARDOZO, 2010).

La mayoría de investigaciones plantean que las empresarias son motivadas por necesidad (AMORÓS; PIZARRO, 2006), encontrando en la actividad una solución para las injusticias del mercado laboral, situaciones de vulnerabilidad, carencias económicas, responsabilidades familiares o por ser una fuente de renta secundaria. En el mismo sentido el GEM (2014) expone que los países más pobres tienen el mayor porcentaje de creación de empresas, siendo visto como una solución para las cuestiones económicas, indicando con ello que la actividad empresarial está fuertemente ligada a las necesidades. En Colombia se refleja desigualdad de género en cuanto a oportunidades y toma de decisiones para crear empresas, ya que el 27% de las mujeres emprenden por necesidad a diferencia de los hombres que emprenden por necesidad en un 13%,

Hay desigualdad en la rentabilidad de sus emprendimientos, inclusive cuando las motivaciones son por necesidad para hombres y mujeres, constatado por el GEM en el informe de Bogotá en el año 2013, exponiendo que de los emprendimientos creados por necesidad el 43,5% de las emprendedoras reciben entre uno a dos salarios mínimos a diferencia de los hombres que tienen un menor porcentaje (37,5%) y cuando tienen una mayor rentabilidad (más de 4 salarios mínimos) el porcentaje de mujeres se reduce (4,3%) así como el de los hombres pero en menor medida (18,8%).

En los emprendimientos creados por oportunidad, el porcentaje de mujeres que tienen rentabilidad entre uno a dos salarios mínimos es del 27% a diferencia de los hombres con un porcentaje inferior (18,1%) y a medida que incrementa el rango de rentabilidad las mujeres tienen mayores indicadores (26,9%) en relación al sexo masculino (24,5%). Por lo que se puede afirmar que los indicadores de desigualdad para las mujeres con respecto a la renta en la actividad, se reduce cuando son motivadas por oportunidad.

Justo (2008) plantea que para comprender el comportamiento de los empresarios y sus posibilidades de éxito, se debe analizar su percepción y motivaciones internas, existiendo semejanzas y diferencias entre hombres y mujeres, de acuerdo con la percepción de como evalúan el éxito, dado que la identidad de género afecta lo que procuran en sus vidas. Es decir, que la orden simbólica de masculinidad y feminidad construidas socialmente, difieren en las expectativas de las carreras empresariales, debido a los pensamientos y sentidos producidos con base en la experiencia de vida.

Amorós y Pizarro (2006) afirman que aunque los hombres no estén en la actividad emprendedora, tienen una percepción positiva de la dinámica empresarial, mientras que las

mujeres divisan mayores dificultades y poco se sabe sobre lo que comprenden o reflexionan sobre emprendimiento. Afirmación que en la práctica emprendedora Colombiana es ampliamente discutida, porque como se expuso anteriormente el potencial emprendedor no difiere de forma representativa entre hombres y mujeres. Demostrando que las mujeres perciben su potencial y tienen perspectivas para emprender, pero su limitación se encuentra en el momento de crear empresas y permanecer en la actividad. Reafirmando la importancia en nuestra investigación de indagar ¿qué reflexividad realizan las entrevistadas sobre esta actividad y sus expectativas para emprender?

Es de relevancia la comprensión de como la actividad emprendedora es impulsada por condicionantes y necesidades al interior de su familia, debido a que algunas mujeres están en la creación de empresas, como una medida para equilibrar su vida profesional con el cuidado de la familia. Por lo que las relaciones y funciones reproductivas de las mujeres influyen en sus motivaciones y aspiraciones, siendo una de las razones para que no se desarrollen en el mercado y se mantengan pequeñas.

Es tanto así la necesidad de conciliar la vida familiar y laboral que generalmente tienden a instalar su negocio dentro del hogar, pero sí la ubicación del negocio no es por factores comerciales, puede tener consecuencias adversas para su desempeño, teniendo reducidas ventas, personal y utilidades. Además, algunos miembros de la familia trabajan dentro de esta, sin contabilizar los costos de mano de obra de estos y los productos para fines comerciales de la empresa pueden resultar siendo destinados al consumo familiar<sup>11</sup>, factores que posibilitan fallas en el desarrollo y crecimiento del negocio. (BANCO MUNDIAL, 2010).

En este capítulo se presentó la invisibilidad de la mujer en la actividad emprendedora femenina, en su concepción teórica y práctica. El concepto emprendimiento, fue entendido como una actividad masculina, sin considerar a las mujeres emprendedoras, por lo que desde los años 1990 se ha venido manifestando la necesidad e interés de investigar el tema de emprendimiento femenino, desde una perspectiva de la teoría feminista.

En la actualidad las mujeres enfrentan desigualdades cuando emprenden, lo que demostrado en las divergencias de los emprendimientos femeninos y masculinos, como son: el menor número de mujeres participando en la actividad a comparación de los hombres, lo que se enfatiza a medida que avanzan las etapas del crecimiento del negocio. El tamaño de las empresas de mujeres de acuerdo con el número de empleados, nivel de ventas y rentabilidad, es menor que el de los hombres y el sector en que se encuentran son tradicionalmente

---

<sup>11</sup>De acuerdo a la naturaleza segregada de los sectores en que las mujeres se dedican a bienes de consumo como alimentos y vestuarios.

femeninos, requieren mayor esfuerzo en el proceso productivo, tienen poca rentabilidad, crecimiento y posibilidades de subsistencia ocasionando su deserción en la actividad.

Situación que se da por factores externos como las condiciones político institucional, general del medio, del mercado laboral y por factores internos que son las condiciones personales de las emprendedoras. En que se deparan con diversas dificultades, como la falta o ineficacia de políticas públicas y condiciones del mercado estructuradas bajo reconfiguraciones de la división sexual del trabajo, que limitan su participación, lo que será analizado en esta investigación. Siendo necesario reconocer y no pasar desapercibida la importancia y mudanzas del emprendimiento femenino, como afirma Strobino (2009) las emprendedoras motivadas por alguna oportunidad o impulsadas por necesidades, escriben actualmente un nuevo capítulo en la historia del emprendimiento femenino.

## 2 GENDRIFICACIÓN DE LA DIVISIÓN SEXUAL DE TRABAJO AYER Y HOY

En el capítulo anterior se identificó que en la actividad emprendedora las mujeres se enfrentan a dificultades y barreras que limitan su participación, orientan el tamaño de su empresa y el sector en el que se desempeñan. Por lo que analizaremos si estas limitantes están relacionadas con valores, pensamientos y sentimientos sociales que reproducen relaciones de género desiguales, específicamente con la división sexual del trabajo, abordando sus bases teóricas, la construcción social de lo femenino y lo masculino, las condiciones en que se dio la inserción laboral femenina, la invisibilidad de la mujer en Colombia, persistencias y configuraciones en el ámbito productivo y reproductivo y ¿por qué las actividades de cuidado han sido asignadas como tareas únicas de la mujer?

Las primeras posiciones políticas con respecto a la división sexual del trabajo, consideraron el determinismo biológico como la orientación definidora del papel sexual y social de hombres y mujeres, colocaciones que han sido des-construidas por las feministas. Entre los autores que naturalizaron dicha división, encontramos a Leroi Gourhan (1965), expuesto por Tabet (2005) quien afirmó que con los instrumentos de trabajo se hizo una separación entre el cuerpo y la herramienta, transformando la fuerza y los movimientos del hombre por utensilios, sin ser delimitado y definido por las limitaciones de su cuerpo a diferencia de la mujer que fue limitada en su función social por su cuerpo reproductivo.

Otro autor es Godelier (1977) quien afirmó que la división sexual del trabajo fue un proceso explícito de las condiciones tomadas como naturales del hombre y la mujer, en que el hombre al tener más fuerza física, movilidad individual y colectiva se dedicaba a tareas que implicaban excitación y riesgo como la caza, trabajo que proveía la alimentación de las familias, a diferencia de la mujer que por el proceso de reproducción, embarazos y cuidado de sus hijos, le fueron asignadas tareas pacíficas y opacas, ocasionando que los hombres tuvieran capacidad de dominar política, cultural y simbólicamente a la mujer. (TABET, 2005).

Según Scott (1989) estas teorías establecieron el determinismo biológico como el denominador común para la subordinación de las mujeres, en que la jerarquía impuesta por la dominación masculina utilizó la diferencia como desigualdad, estableciendo la categoría de hombres que trasciende del sexo con derecho a igualdad<sup>12</sup> y la categoría de mujeres sin estatus

---

<sup>12</sup>Igualdad significa poseer un grado semejante de cualidad o atributo específico o implícito, estando en los mismos niveles de posición, dignidad, poder, habilidad, realización o excelencia en términos de derechos o privilegios. (SCOTT, 2005).

de individuos y excluidas socialmente, realizando una distinción binaria entre femenino y masculino, lo político y privado. (SCOTT, 2005).

Pero las diferencias no limitan a la mujer, las desigualdades sí, lo que fue defendido por las feministas de los años 1980 que denunciaban la problemática de la dominación masculina, al tornarse evidente que gran parte del trabajo era realizado por las mujeres de forma gratuita “*sempre em nome da natureza, do amor e do dever natural*” (KERGOAT, 2009, p. 68).

Las teorías feministas rechazaron los esencialismos y justificativas biológicas, afirmando la necesidad de entender cómo se configuraban los papeles sexuales y el simbolismo sexual en diferentes contextos sociales y épocas. Utilizando el “género” para referirse a las relaciones sociales entre los sexos y a los orígenes sociales de las identidades subjetivas de los hombres y mujeres, sin ser determinado por el sexo, ni determinar la sexualidad. (SCOTT, 1989). Teniendo así, dos ideas importantes: la base material de la identidad y base de la construcción social de la identidad. (NICHOLSON, 2000).

Scott (1989) expone que el género en sus inicios fue descriptivo, resultando irrelevante para aspectos políticos y de poder, al no analizar las razones por las que esas relaciones son construidas, como son, ni cómo funcionan o mudan, por lo que algunas feministas conscientes de ello realizaron estudios para explicar el género desde abordajes teóricos como el patriarcado, el marxismo, el pos-estructuralismo francés y las teorías anglo-americanas. Abordajes que según la autora, se muestran universales y desarticulados en todas sus implicaciones.

Las teorías desde el abordaje del patriarcado se enfocaron en la subordinación de las mujeres, identificando desigualdades, a partir del trabajo reproductivo de la mujer, basándose en las diferencias físicas, por lo que Scott (1989) afirma que esas teorías no tenían un análisis real de género.

Rubin (1986) explica que el abordaje desde las teorías marxistas fue histórico, pretendiendo dar una explicación material para la división sexual del trabajo, estando entre sus argumentos que las mujeres eran reserva de trabajo para el capitalismo, que sus salarios bajos proporcionaban plusvalía para el capitalista y que en sus papeles de administradoras del consumo familiar servían a los fines del capitalista y algunos apuntamientos intentando ubicar la opresión de las mujeres entre el trabajo doméstico y la reproducción de la mano de obra.

Para entender los argumentos basados en el marxismo exponemos a continuación brevemente esa teoría, la cual converge en una relación social como división del trabajo, antagonismo, oposición, dominación y poder que surgió con la propiedad privada, explicando



como la modernidad trajo formas de organizar la producción (económica), distribuir el poder (política), comprender la existencia (cultura) y pertenencia de la sociedad sobre los individuos.

El marxismo plantea que con la industrialización el “trabajo” pasó a ser entendido desde el mercado asalariado, quienes no poseían propiedad sobre herramientas de producción debían vender su trabajo a quienes si la tenían y a medida que las exigencias del mercado fueron más complejas, se especializaron las actividades, haciendo que los individuos se concentraran de acuerdo a los procesos productivos, generando la división social del trabajo. En este proceso el trabajo paso de ser una actividad común a oponer clases sociales, en una relación de dominación, de un lado el capitalista dueño de los medios de producción y de la mayor parte del producto social y del otro lado el trabajador asalariado que solo dispone del trabajo que mercantiliza, denominado “fuerza de trabajo”, compuesta por: el valor de uso (la capacidad de producir otras mercancías) el valor de cambio (su relación de intercambio con otras mercancías) y el precio que se paga por ella (salario).

De este modo la teoría marxista se basó en actividades relacionadas a la obtención de alimentos y producción de objetos físicos, considerando trabajo únicamente las que reciben una asignación salarial, sin pensar en las tareas realizadas por mujeres en términos de trabajo, que están generalmente en el ámbito privado, como el cuidado de los hijos y la alimentación, sin remuneración. Por lo que Rubin (1986) afirma que el estudio marxista deriva de una dimensión económica, considerándola la base de la estructura social, sin interesarse en el sexo, ignorando el trabajo en lo domestico y a la mujer como individuo, ya que la sociedad solo considera individuos a los hombres que tienen recursos, necesidades, un lugar en la división del trabajo, una familia que sustenta la procreación. (HAKIKI-TALAHITE, 1987).

En este sentido, la teoría marxista posiblemente fue útil para comprender la separación de la familia, del estado y de la economía como un fenómeno histórico y no natural, pero como afirma Nicholson (1987, p. 24) “*a teoria feminista tem em Marx tanto um forte aliado como um sério adversário*”, al analizar la dominación entre el capitalista y el trabajador, sin plantear la situación de subordinación y desigualdad en que se encontraba la mujer, ni considerar las relaciones sociales en su totalidad y complejidad.

Scott (1989) afirma que los estudios basados en la teoría marxista tratan el género como subproducto de estructuras económicas y los sistemas sexuales no pueden ser explicados en estos términos, las mujeres son oprimidas en sociedades que no se describen como capitalistas y articulan otros aspectos. Como expone Rubin (1986) para vender la fuerza de trabajo del hombre, habían actividades de lo domestico, generalmente realizadas por

mujeres contribuyendo a la plusvalía del capitalista, pero eso solo demuestra la utilidad femenina para el capitalismo, no la opresión de las mujeres, ni porque fue asignada a lo privado y el hombre a lo público. Siendo necesario tener una teoría propia de análisis de género en que articulen también las categorías clase y raza.

Otro abordaje de los estudios de género fue el enfoque psicoanalítico que se divide en la escuela Anglo-americana que trabajaba en términos de la teoría de objeto y la escuela Francesa basada en las teorías estructuralistas y pos-estructuralistas de Freud en el contexto del lenguaje. Las dos escuelas se enfocan en la formación de identidad de género, destacando el papel del lenguaje en la comunicación, interpretación y representación de género, designando sistemas de significado y ordenes simbólicas. Es decir, escribiendo la transformación de la sexualidad biológica en los individuos al ser culturados (RUBIN, 1986). Para Scott (1989) esta teoría limita el concepto de género a la estructura y organización de la familia, sin entender el origen de las disposiciones sociales y porque están articuladas en términos de la división del trabajo y sin dar atención al sistema de significados.

En este caminar teórico en la década de 1960 aparecieron las preocupaciones relativas a género como categoría de análisis, para hablar de sistemas de relaciones sociales entre los sexos, entendiendo cómo funcionan, como el género da sentido a la organización y la percepción del conocimiento histórico, siendo redefinido y reestructurado en la conjunción de la visión de igualdad política y social que incluye sexo, clase y raza. (SCOTT, 1989).

Rubin (1986) afirma que el sistema sexo género es construido e impuesto, mediante un conjunto de prácticas sexuales construidas socialmente y resultado de relaciones sociales, que separan los sexos en ámbitos de lo público y lo privado, creando estereotipos, discursos y argumentos que reproducen relaciones desiguales y de subordinación. En este sentido, las concepciones culturales de lo masculino y lo femenino son categorías complementarias, pero se excluyen mutuamente, siendo un sistema de género, simbólico y gendrificado que relaciona el sexo al contenido cultural, de acuerdo con valores de jerarquías sociales, íntimamente ligados a factores políticos y económicos de cada sociedad, por tanto sistemáticamente sujetos a desigualdades sociales.

La autora explica que el sistema sexo género se fundamenta en la opresión producto de las relaciones sociales que lo organizan, siendo necesario desarrollar conceptos para describir adecuadamente la organización de la sexualidad y reproducción de las convenciones de sexo y género, en este mismo sentido Scott (1989) describe el género como un elemento constitutivo de relaciones sociales basadas en diferencias percibidas entre los sexos y la forma

de significar las relaciones de poder, implicando analizar los elementos que se relacionan entre ellos.

El primer elemento son los símbolos que culturalmente evocan representaciones, frecuentemente contradictorias, debiendo analizar cuáles son las representaciones simbólicas, sus modalidades y contextos. El segundo elemento son los conceptos normativos que evidencian interpretaciones de símbolos que limitan y contienen posibilidades metafóricas, como si fueran producto de un supuesto consenso social, siendo necesario indagar el rechazo o represión de otras alternativas, sus confrontaciones y en qué circunstancias se dan.

El tercer elemento es la noción de lo político, instituciones y organizaciones sociales, estudiando la naturaleza del debate o represión que lleva a la permanencia de una eterna representación binaria de géneros, que debe incluir el análisis de parentesco, mercado de trabajo, educación y sistema político y el último aspecto, es la identidad subjetiva, debido a que el género implica construcción de poder en sí, basando sus interpretaciones en ideas y el lenguaje emplea diferenciación para establecer el sentido y diferencia sexual, siendo la principal forma de significar la diferenciación. (SCOTT, 1989).

## 2.1 ¿PORQUE LA DIVISIÓN SEXUAL DEL TRABAJO?

Durante décadas a partir del trabajo se han presentado entre hombres y mujeres diferencias que se traducen en desigualdades, reproduciendo estereotipos, discursos y argumentos que reproducen la división sexual de trabajo que se apoya en la diferencia de los sexos y en las representaciones que asignan el lugar que deben ocupar hombres y mujeres en la sociedad, los ramos de actividades en los que pueden incursionar, las necesidades económicas, tecnologías, habilidades, formación, entre otros. Divisiones que no son únicas en lo productivo, sino que cuando hombres y mujeres se encuentran simultáneamente en lo privado, se reproducen jerarquías con diferente reconocimiento para lo masculino y femenino, ocasionando una relación de subordinación de la mujer en el ámbito público y privado.

La división sexual del trabajo está basada en dos principios expuestos por Molinier (2013, p. 256) “*o princípio da separação (há trabalhos de homens e trabalhos de mulheres; o princípio hierárquico (um trabalho de homem ‘vale’ mais que um trabalho de mulher)*”. Limitando el acceso de las mujeres a los recursos materiales y simbólicos, a servicios, ingresos, poder, autoestima, impidiendo el desarrollo de sus capacidades, libertades y ejercicio pleno de sus derechos.

Por lo que es de importancia como afirma Lobo (1992, p. 254) “*pesquisar como a subordinação das mulheres se construiu historicamente, nas praticas, nas culturas, nas instituições*”, lo que es analizado y explicado por las feministas en el análisis de género desde diversas teorías que se oponen y divergen (HIRATA, 2002), como se describió anteriormente.

Las antropólogas feministas fueron las primeras en dar un contenido nuevo a la división sexual de trabajo, demostrando que se presentaba una complementariedad de tareas, con papeles sexualizados, binarios y con una valoración desigual en las relaciones de poder de los hombres sobre las mujeres, adaptada históricamente en cada sociedad. (KERGOAT, 2009). Planteando sus teorías en el análisis de que el dominio de armas, propiedades privadas, trabajos públicos, conocimientos y tecnologías ocasionaron que las mujeres fueran subordinadas a los hombres. Tabet (2005) afirma la necesidad de preguntarse:

En efecto qué ha significado y que significa todavía hoy que un sexo haya tenido la posibilidad de extenderse más allá del propio cuerpo físico con instrumentos que amplían enormemente el poder sobre las cosas y sobre la sociedad y que en cambio el otro sexo este limitado solamente a su cuerpo. (TABET, 2005, p. 67).

Tabet problematiza en su teoría el control de los instrumentos o medios de producción, en que la mujer es excluida o limitada a ciertos trabajos de acuerdo con el uso de estos, utilizando solo los más simples a diferencia del hombre que usa las herramientas más complejas. La autora plantea que la división sexual de trabajo se produce por la apropiación de tecnologías y de instrumentos vinculados al trabajo que desenvuelven una relación dominante del hombre, al ampliar su capacidad de toma de posesión e intervención en la naturaleza, controlando el proceso productivo, a pesar de que eran las mujeres quienes realizaban la mayor parte de las actividades agrícolas, con el presupuesto “el poder de los hombres sobre las mujeres está garantizado por el monopolio de armas – instrumento” (TABET, 2005, p. 111), lo que demuestra que las diferencias en las actividades, son construcciones sociales y no provenientes de una causa biológica. (KERGOAT, 2009).

En su teoría Tabet identifica en el uso de las herramientas de trabajo una relación directa con el poder del sexo masculino sobre el femenino, dado que cuando se implementan nuevas tecnologías reemplazando una actividad realizada por el hombre se desvalorizaba socialmente, pasando a ser un trabajo femenino. Un ejemplo citado por Sacks (1979) son las artesanías, las mujeres tenían la posibilidad de tejer, pero solo para el uso familiar, utilizando poca herramienta tecnificada y con baja o nula ganancia, mientras que los hombres eran considerados “artesanos especializados”, pero después de la modernización económica,

fueron reemplazados por telares mecánicos, por lo que los hombres tuvieron la posibilidad de operar herramientas especializadas y las mujeres pasaban a utilizar las de menor tecnología, ya que se consideraba que eran las indicadas para los trabajos repetitivos, de concentración, atención, correspondiendo a valores que se desenvuelven en las actividades del cuidado.

En la perspectiva antropológica diversos estudios han mostrado como es la relación de la división sexual de trabajo en sociedades no capitalistas y capitalistas y en diferentes épocas, en las que encontramos el análisis de Engels (1891) quien es considerado por Sacks (1979) mediante una reconstrucción histórica con datos etnográficos, exponiendo la relación social del hombre y la mujer de acuerdo con la actividad económica de la sociedad.

Engels (1891) afirmaba que existía una relación entre hombres y mujeres igualitaria en sociedades sin clases, al no haber excedentes de producción, ni propiedad privada, tornándose con igual valor social el trabajo productivo de hombres y las actividades domésticas de las mujeres y la interdependencia entre marido, mujer e hijos no era estructurada como una unidad productiva, si no que las decisiones económicas y/o públicas envolvían la participación de todos, reconociendo cada miembro de la familia como igual, sin ningún tipo de relación subordinada.

Para Engels la división del trabajo fue resultado de las condiciones económicas y políticas en sociedades industriales en razón a la propiedad privada, en que los recursos productivos pasaron a pertenecer solo a unos y la familia se convirtió en unidad productiva y su producción para troca con intereses de capital. Ocasionando que el trabajo femenino fuera del uso familiar y en el interior de está, subordinando la mujer al hombre, ejerciendo una relación de poder y dominación que parte de la propiedad, clase social y sexo.

Así que en el contexto de la revolución industrial la separación entre producción y reproducción, se apoya en las transformaciones de la familia y en la división del trabajo entre los sexos, en que las mujeres fueron definidas por su lugar en el seno de la familia y su destinación al trabajo reproductivo y los hombres por su lugar en la producción mercantil y del trabajo asalariado. (CHABAUD; FOUGEYROLLAS-SCHWEBEL, 1987).

Tabet (2005) analizó la relación en el interior de la familia concibiendo que la existencia de un vínculo conyugal, genera desigualdades y subordinación de la mujer hacia el hombre en su condición familiar, afirmando “la división sexual del trabajo, relación de dominación, se confirma como institución estrechamente vinculada con la familia y la pareja” (TABET, 2005, p. 84), lo que se ejemplifica en las actividades de caza, donde las mujeres sin relación conyugal, tenían autonomía de cazar y subsistir por sí mismas.

De este modo, el vínculo marital de la mujer varía en diferentes sociedades, influenciando en la autonomía o subordinación en las actividades productivas, como anuncia Rubin (1986) el matrimonio siempre formó parte de sistemas sociales totales y siempre están ligados a ordenamientos económicos y políticos.

Otras teorías afirman que la asignación de los hombres a la producción y de las mujeres a la reproducción no data del capitalismo. (HAICAULT; COMBES, 1987). Sacks (1979) expone que anterior al capitalismo la división de materias primas comienza a ser un factor discriminante, los elementos duros como piedras, metales, madera entre otros, son utilizados por los hombres, mientras que las mujeres utilizan elementos suaves como tierra, arcilla, fibras, vegetales, demostrando que la propiedad privada no generó la división sexual del trabajo, si no que esta existía antes, en un sistema de relaciones sociales.

*Mesmo que de maneira geral Engels esteja certo de que as mulheres se encontram em piores condições nas sociedades de classes do que em sociedades sem classes... Há muitos dados demonstrando que as mulheres não são completamente iguais aos homens na maioria das sociedades sem classes desprovidas de propriedades privadas. (SACKS, 1979, p. 192).*

Para Sacks siempre existió una relación de subordinación, pero en las sociedades de clases se socializó el trabajo masculino considerándolo adulto y se domesticó el femenino siendo tuteladas domésticas, definiendo con ello la base organizacional para una política sexual dividida y reglada. Sacks desarrolló su teoría en bases materiales de estatus femenino, por medio de ejemplos etnográficos de cuatro sociedades africanas que no son clasistas, ni de propiedad privada y las mujeres no son completamente iguales a los hombres. En las sociedades Mbuti y Lovedu eran iguales a los hombres, en las Pondo ocupaban un término medio entre igualdad y subordinación y en las Gande eran subordinadas, demostrando que en sociedades de clases y sin clases se presentaban relaciones de poder y dominación masculina.

Sacks (1979) expone que la limitación del rol de la mujer se da de acuerdo con el tipo de actividad ejercida y el significado social de esta, ante lo que Engels denominaría dos tipos de trabajo: el doméstico ejercido solamente para su familia en que sus actividades son invisibles, desvalorizadas y sin considerarse trabajo, porque no tiene valor de cambio y el trabajo social para el consumo de otra familia.

Con base en los postulados de Sacks esta división existía antes del capitalismo, pero se remarcó con el nuevo modelo económico de trueque, que diferenciaba las actividades domésticas, con respecto a las actividades públicas del hombre, impidiéndole a la mujer

participar en el entorno económico y político, siendo su trabajo relegado solo a lo doméstico, sin reconocimiento social, lo que ocasiono mayor dominio del hombre sobre la mujer, negándole su estatus de adulto. Con lo que se reafirma un tipo de sociedad de clases que es explotadora y que limita la apropiación de recursos económicos solo para unos, dejando por fuera de esta apropiación a la mujer, como expone Hirata (2002) la explotación por medio del trabajo asalariado y la opresión de lo masculino sobre lo femenino son indisociables, siendo la explotación de clases simultánea al poder de los hombres sobre las mujeres.

Resumiendo las ideas de los autores se plantea un proceso de relaciones sociales y de sexo, en que la mujer es continuamente subordinada al hombre, en la teoría de Tabet (2005) fue a causa de la apropiación de tecnologías y de instrumentos de trabajo, en que los hombres elaboraban instrumentos simbólicos, limitando el uso de algunos de estas a las mujeres. Para Engels (1891) la subordinación de la mujer varia de una sociedad a otra y de una época a otra, en función de las condiciones económicas y políticas, en las sociedades no capitalistas el sexo femenino era considerado con autonomía, pero en las sociedades capitalistas sus actividades perdieron valor públicamente y para Sacks (1979) la posición social femenina siempre fue subordinada a los hombres en una relación de dominio y poder de acuerdo con la representación social de la actividad ejercida.

## 2.2 CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LO FEMENINO Y LO MASCULINO

La diferencia sexual es socialmente construida como principio fundamental de la vida social y simbólica, estableciendo relaciones entre símbolos asociados a feminidad y masculinidad, sin ser características inherentes y si construcciones subjetivas. (SCOTT, 1989). En este sentido, Lobo (1992, p. 260) afirma que “*as relações entre homens e mulheres são vividas e pensadas enquanto relações entre o que é definido como masculino e feminino: os gêneros*”, respondiendo a características y cualidades atribuidas social y culturalmente, marcadas por relaciones de sexo que giran en torno de una relación de dominación que determina lo normal y natural para cada uno, asignándole a los hombres atributos de masculinidad, virilidad, complejidad y a la mujer lo femenino, delicado y simple. (PASCALE WELZER-LANG, 2009).

Puppim (1994) afirma que en torno de la definición de lo femenino y lo masculino, se realiza una asignación del lugar y del papel adecuado de hombres y mujeres, en un proceso social de diferencias, que indican adjetivaciones para cada uno determinando socialmente lo adecuado e inadecuado, generando un sistema de valores binario y maniqueista (bien/mal,

hombre/mujer, trabajo/vicio, celibato/matrimonio), siendo un sistema de rótulos que designa las cosas, sin realmente comprenderlas. (KERGOAT, 1987). Por lo que es necesario rechazar el carácter fijo y permanente de la oposición binaria y la historización y desconstrucción de los términos de diferencia. (SCOTT, 1989).

Algunos rotuladores para las mujeres son desacreditadores, como la moral sexual, indicando que cuando el hombre actúa de cierta manera es percibido como positivo, pero cuando la mujer actúa del mismo modo se rotula negativamente. Conectando valores de lo viril, en que el hombre tiene habilidades para actuar y es adecuado, a diferencia de la mujer que debe adaptarse como subalterna en labores asistenciales, sin reconocimiento y que no estén en desacuerdo con los rótulos femeninos y de cuidado.

La distinción y reconocimiento de los trabajos masculinos y femeninos, envuelve cualidades que remeten al saber hacer de lo femenino y ser con los otros, con menor relevancia social y generan sentidos y pensamientos en torno de una representación social que como afirma Cyrino (2012) se basan en como las personas tratan, distribuyen y representan el conocimiento, reproduciendo una realidad común y transformando sus ideas en prácticas y hábitos. Lo que significa enfatizar género como una construcción social, basada en un conjunto de reglas y normas sociales que refuerzan la construcción social de lo masculino y lo femenino formados en un censo común que plantean estereotipos.

Estas representaciones y simbologías generalmente son sentidas en un conjunto de pensamientos y prácticas que envuelven dominación, subordinación, poder, exclusión, limitaciones, lo que le lleva a pensarlo como natural. (PUPPIM, 1994). Siendo aceptado desde el inicio de vida de las personas, en que les son implantadas las categorías de sexo que sirven para guiar su comportamiento hasta cuando son adultos, determinando los instrumentos, acciones, movimientos, pensamientos, que pueden realizar y utilizar de acuerdo con el sexo. Las niñas pueden jugar con muñecas, a la familia, porque simbolizan valores como cooperación, sensibilidad y solidaridad y los hombres son alejados de esto, para ellos corresponden los carreras de carros, trepar árboles que simbolizan riesgo, valentía, fuerza, contención emocional, entre otras características viriles.

Además, en el interior de las familias la asignación de tareas para los hijos se da de acuerdo con el sexo, si es hombre sus responsabilidades dentro de la casa son pocas, si es que existen, mientras que las hijas son llamadas a apoyar las actividades de manutención de la casa y de cuidado de otros familiares, sin importar su edad, ni si son mayor o menor que otros miembros masculinos de la familia. (ALMEIDA et. al., 2008).



De este modo, con las prácticas y los valores enseñados se constituyen dos tipos de modelos que deben ser seguidos el masculino y el femenino. La dimensión instrumental es asociada a los hombres y es identificada por el control del ambiente físico y social, en que deben comportarse de forma agresiva, racional y objetiva y la dimensión expresiva es asociada a las mujeres que identifican la valoración de las personas y de la comunicación, comportándose de forma intuitiva, sensible y humana.

Tabet (2005) afirma que la identidad sociológica masculina y femenina se desenvuelve de acuerdo con los instrumentos que son utilizados en el trabajo, simbolizando para los hombres la imagen varonil que reafirma su masculinidad, superioridad y virilidad citando a Salisbury (1962) “un hombre sin hacha es como una mujer”, discriminando y limitando el uso de estos a las mujeres. Lo que repercute en la asignación de trabajos, relacionando el valor de estos en la sociedad, en que los de mayor representación son única y exclusivamente de hombres y los de menor valoración de mujeres. Lo que se refleja en el caso analizado por Tabet en África, donde las actividades masculinas como la caza son solo para hombres, pero las de recolección son realizadas por mujeres, en las que pueden intervenir esporádicamente los hombres como una actividad de descanso o de diversión, lo que demuestra que la dominación masculina excluye y limita a la mujer, en cuanto al hombre no.

La mujer era vista como una figura débil naturalmente y se consideraba que no podía utilizar armas de caza, porque podría arruinar el éxito de esta actividad, actualmente no muy lejos de ese pensamiento se sigue limitando la participación del trabajo femenino en actividades productivas que requieran liderazgo, responsabilidad, toma de decisiones, al ser vistas como actividades naturales de lo masculino, continuando con estereotipos marcados por las diferencias biológicas, psicológicas y culturales.

Hirata (2002) afirma que las condiciones del trabajo ante las que se encuentran hombres y mujeres cambian a lo largo de la historia de acuerdo con el contexto cultural y económico pero la desigualdad no desaparece, continúa la división de los espacios de lo masculino con valor social y lo femenino como lo complementario. En la medida en que se tecnifican las herramientas de trabajo de determinadas áreas, pasan a ser actividades desarrolladas por hombres, así como las que requieren raciocinio, creatividad, innovación, asumir riesgos y las actividades que demandan fuerza motriz pasan a ser de mujeres, requiriendo dedicación, paciencia, continuidad, delicadeza, atención al detalle, representando cuidado, amor y delicadeza.

Con lo que podemos retomar la teoría enunciada por Tabet (2005) en la división sexual de trabajo persiste en relación con las técnicas y los equipamientos utilizados en la

industria, en que el sexo de la mano de obra varía con el nivel de automatización y de cualificación, permitiendo y a su vez limitando la participación femenina en el mercado de trabajo. Enunciando las hipótesis de Kergoat (2009) con la entrada de nuevas tecnologías se disminuyó la cualificación de ciertos puestos, perdiendo su simbología masculina, pasando a ser trabajos femeninos, con lo que se dio la participación de las mujeres en estos, pero de forma complementaria sin igualdad, ni reconocimiento en la participación de las relaciones sociales, “*as mulheres aparecem apenas como categoria de mão de obra – ou de força de trabalho, muito raramente como ator social*”. (KERGOAT, 2009, p. 80).

En el campo de la industria la orden simbólica de lo femenino y masculino reproduce ideologías de que las mujeres no pueden ser empleadas en determinados sectores, por ser trabajos pesados, peligrosos, sucios e insalubres, limitándolas solo a empleos leves, limpios, rutinarios y de bajo perfil en la empresa, parametrizando el trabajo femenino y masculino de acuerdo con el grado de complejidad de los equipamientos, adaptación, desempeño técnico de las herramientas, habilidades y características en las que se le atribuye al hombre una remuneración y reconocimiento mayor con relación al de la mujer.

Se recrean categorías de trabajo sexuadas en que el trabajo femenino es posicionando en el menos remunerado, de acuerdo con la orden simbólica de los trabajos asignados y permitidos para las mujeres, como afirma Kartchevsky:

*Aos trabalhos, tais como os executados na puericultura, na lavanderia, na cozinha industrial, correspondem baixos salários não tanto porque são efetuados por mulheres, mas porque são uma extensão das atividades naturais, gratuitas. Efetuadas pelas mulheres.* (KARTCHEVSKY, 1987, p. 18 -19).

Así mismo, se presentan imaginarios sociales de que la fuerza de trabajo femenina es secundaria y estereotipos recargados de responsabilidades familiares que forman una limitación en lo productivo, al plantear que las mujeres tienen menos participación laboral con respecto a los hombres, que las trayectorias profesionales son determinadas por el ciclo de vida biológico/familiar, que requieren menor remuneración que los “proveedores del hogar” y se atribuye negativamente que por causa de sus responsabilidades familiares faltan al trabajo, se da rotación del personal y que tienen menos compromiso con la empresa, entre otros.

Hirata (1987) afirma que esos supuestos si se presentaron pero solo en determinadas épocas y en algunos segmentos de la población, lo que se ha corroborado en estudios que demuestran que la participación ocupacional cambio significativamente en las dos últimas décadas, las mujeres buscan mayor participación laboral de forma prolongada y estable,

aumentando sus jornadas de trabajo y sus años de vida económicamente activos y se ha disminuido el abandono de trabajos en periodos de actividades reproductivas.

Sin embargo, en las empresas persisten pensamientos de que los costos laborales de mujeres son superiores a los de los hombres, por que conllevan gastos de maternidad, sin existir datos estadísticos que lo comprueben, siendo apenas un estereotipo que responde a un imaginario de la percepción de las empresas (TODARO; GODOY; ABRAMO, 2001) y aunque las organizaciones asocian la maternidad con altos costos improductivos, también lo ven como un beneficio al contratar mano de obra a un menor costo.

Abramo (2007) expone tres ámbitos en los que se desarrolla el imaginario de la fuerza de trabajo secundaria: el social que son las visiones de censo común, las nociones y percepciones de los empresarios y el imaginario de los agentes políticos y formuladores de políticas públicas. Los cuales giran en torno del presupuesto de que las mujeres no ingresan en el mercado laboral, como iniciativa de su proyecto de vida, sino como algo secundario, producto de una situación inesperada, estando forzadas a trabajar, como por ejemplo cuando el hombre no tiene capacidad de trabajar y/o si el hogar no cuenta con este, sin determinar el trabajo para ellas como un lugar de formación de identidad.

Cyrino (2012) en su investigación enfocada en mujeres en cargos de gerencia, expone como estas se encuentran en diversas situaciones en las que sienten y vivencian preconceitos y estereotipos de género, porque el modelo empresarial plantea que la identidad femenina no es compatible con las exigencias de los cargos de dirección y control, para estos se requeriría ser agresivo, sacrificar su vida personal y familiar, ejercer el poder de control es decir “actuar como hombres”.

Entendiendo los diversos estereotipos, imaginarios sociales y discursos que limitan y generan desigualdades para la mujer en el ámbito productivo, basados en la orden simbólica, cultural y política de la construcción social relativa a lo masculino y femenino, analizaremos como se presentan en la actividad emprendedora de las entrevistadas.

### 2.3 DIVISIÓN SEXUAL DEL TRABAJO E INVISIBILIDAD DE LA MUJER EN COLOMBIA NO ES RECIENTE

En esta investigación se considera indispensable contextualizar algunos aspectos sobre la invisibilidad, limitaciones y desigualdades a las que han sido confrontadas las mujeres a lo largo de la historia Colombiana por su sexo, dividiendo las actividades

consideradas de lo femenino y de lo masculino de forma en que el hombre tenía absoluto poder sobre las mujeres en la esfera social, económica, política y en el interior de la familia.

Se debe reconocer que las mujeres han estado en constante lucha por sus derechos y posicionamiento social. En la época de la colonia (comprendida entre los años 1500 y 1800) encontramos a María Manuela Beltrán Archila<sup>13</sup> quien el 14 de mayo de 1781 en señal de protesta a las leyes arancelarias del Rey rompió el edicto, dentro de lo que se conoce como la insurrección de los comuneros<sup>14</sup>. Doña María Clemencia Caicedo, nacida el 24 de noviembre de 1710 propuso la creación de un colegio para niñas que no pertenecían a familias distinguidas, pero debido a la fuerte oposición fundamentada en que la mujer debía ser educada en casa, tardo hasta 1783 para ser realidad el primer colegio para niñas del país, llamado “La enseñanza”<sup>15</sup>, teniendo la primera educadora mujer la Madre María Petronila Cuellar. (BLANCO; CARDENAS, 2009).

En la guerra por la independencia en el primer cuarto del siglo XIX encontramos próceres de la libertad, como Manuela Sáenz<sup>16</sup>, Policarpa Salavarrieta, Antonina Santos Plata, auxiliaadoras económicas, enfermeras e integrantes del ejército libertador llamadas de “Cholas” o “juanas”. (BLANCO; CARDENAS, 2009). Estando en diversas actividades en pro de la independencia, pero lastimosamente su lucha no se encuentran reconocida en la historia, considerando este proceso como una conquista única y exclusivamente de los hombres.

En el siglo XVIII la mujer era subordinada social y civilmente, debido a su sexo estando limitada al espacio doméstico. El estado y la religión impartían la imagen de la mujer, como un ser que debía seguir a la virgen maría, es decir, que debía cumplir los valores que la iglesia indicaba, cumpliendo el máximo valor cuando se casaban al asumir la economía doméstica y el cuidado de sus hijos, Limitadas constitucional y legalmente.

Bonilla (2007) expone que en la constitución de 1821, se definía la calidad de ciudadano sin especificar el sexo, pero no se consideraba ciudadana a la mujer, negándole varios derechos, entre ellos el voto, la educación y participar políticamente, así como eran negados a los menores, personas con discapacidad mental, entre otras categorías que referían a la poca capacidad racional para decidir y actuar conscientemente, una forma de

---

<sup>13</sup>Los únicos datos reales que se tienen sobre ella fueron hallados en su partida de nacimiento. Reconocida como hija de Juan Beltrán y Ángel la Archila, tenía 57 años al momento de la insurrección de los comuneros.

<sup>14</sup>Movimiento de campesinos que intentaron tomarse el poder colonial.

<sup>15</sup>Doña María murió en 1779 sin ver esta obra realizada.

<sup>16</sup>De origen Ecuatoriano conocida también como “Manuelita Sáenz” o “libertadora del libertador” por evitar la muerte de Simón Bolívar, comúnmente conocida por su relación sentimental con Bolívar, lo que posiblemente ha opacado su actuar, comenzando a ser reivindicada como heroína a mediados del siglo XX. Por lo que en este texto se reconoce su importancia destacándola, así como a otras mujeres en este proceso como próceres de la independencia.

discriminación que reducía su racionalidad y poder de decisión. Lo que se reafirmó en la constitución de 1843 cuando se definió como ciudadanos “los granadinos varones”, considerando a los hombres individuos a diferencia de las mujeres. (SCOTT, 2005).

Con la reforma de 1922 se mantuvo la representación legal de la mujer a la relación conyugal del marido; el código civil Colombiano determinaba que el hombre le debía dar protección a la mujer y esta debería ser obediente a él, impidiéndole administrar o usufructuar bienes (BONILLA, 2007), parecía que los únicos caminos que podía tomar para su vida era ser religiosa o ama de casa realizando solo actividades que fueran en beneficio del hogar o trabajar como artesanas, costureras o maestras, labores en que también eran reprimidas debiendo cumplir con los prototipos de “mujeres decentes” que se consideraban en la época, como no teñir su cabello, usar dos enaguas, no salir en carros que no fueran de su padre o esposo e innumerables condiciones de lo que considerado femenino, puro y decoroso.

A pesar de no ser permitido el trabajo para las mujeres, quienes eran pobres debían hacerlo para sobrevivir, siendo mal vistas por no cumplir con los parámetros de decencia, en labores de servicio doméstico, ventas de productos elaborados por ellas mismas, lavar y arreglar ropas, en que sus condiciones de vida eran precarias. (BRAVO, 2007). Por lo que podemos afirmar que se estableció una división en una relación de mujer, pobreza y trabajo, entre mujeres de acuerdo a su papel social como amas de casa decentes y trabajadoras pobres sin valoración social.

En 1930 se inició un movimiento emancipador que impugno las barreras sobre las cuales se sostenía la posición de la mujer, iniciando con el primer congreso femenino promovido por Georgina Fletcher, logrando en su cuarto encuentro realizado en 1932 en el gobierno del presidente Enrique Olaya Herrera que se aprobara la ley 28 que otorgaba a la mujer el derecho a disponer de sus bienes, contraer deudas, realizar transacciones financieras y comparecer por sí misma ante la justicia, siendo un inicio para adquirir el cumplimiento de derechos ciudadanos.

Sin aprobarse aún el derecho al voto, porque existían intereses de los partidos políticos liberales y conservadores (BONILLA, 2007) quienes disputaban el poder político por cuestiones religiosas en aquella época<sup>17</sup>. Los liberales se oponían afirmando que votarían influenciadas por sus esposos o padres facilitándoles el poder a los conservadores, quienes contrariamente mostraban aceptación. Con lo que se afirma el postulado de Scott (1989) de

---

<sup>17</sup>Periodo histórico denominado “la violencia” porque la lucha de los partidos por el poder ocasionó entre 200.000 a 300.000 muertes, agresiones, persecuciones, destrucción de la propiedad privada, migración forzosa de más de 2.00.000 de personas.

que la mudanza en las relaciones de género puede acontecer a partir de consideraciones del estado, con una afirmación de control y dominación tomando la forma de una política sobre las mujeres, que necesita de su exclusión para su funcionamiento.

Con el movimiento del congreso femenino y la reconocida participación de Georgina Fletcher y Ofelia Uribe de Costa, se logró en 1933 mediante el decreto 227 el derecho de la mujer al bachillerato completo y acceso a la universidad, continuando prohibidas las carreras no consideradas “femeninas” y en 1936 con la reforma constitucional de Alfonso López Pumarejo, las mujeres adquirieron el derecho a ocupar cargos públicos, sin tener aún derechos políticos. (BONILLA, 2007).

Este movimiento de mujeres en búsqueda del cumplimiento de sus derechos estaba dividido en un grupo que únicamente luchaban por el sufragio femenino considerando el hogar el único lugar de la mujer, manteniendo las ideas conservadoras de la maternidad y otro grupo que buscaban una real ciudadanía. (LUNA, 1999).

Quienes se encontraban en contra del reconocimiento como ciudadanas con derecho al trabajo, educación y voto, promovían publicidades con mensajes de que si se permitía a la mujer trabajar fuera del hogar se destruirían las estructuras de las familias, reflejando la tradicional división sexual del trabajo en un sistema binario de mujer/hogar y hombre/política.

Después de una continua lucha por tres décadas para dar cumplimiento a un derecho que fue negado por el hecho de ser mujer el 25 de agosto de 1954 mediante el acto legislativo No. 3 se aprobó el derecho al voto, siendo uno de los últimos países en América Latina en hacerlo y tan solo con la constitución de 1991 se otorgaron los mismos derechos y deberes para mujeres. Posteriormente en 1995 Colombia adoptó la declaración y plataforma de acción Beijing con la cual debía dar impulso continuo a la elaboración de políticas que incluyeran la igualdad de oportunidades, la categoría de análisis de género y la búsqueda del empoderamiento de las mujeres.

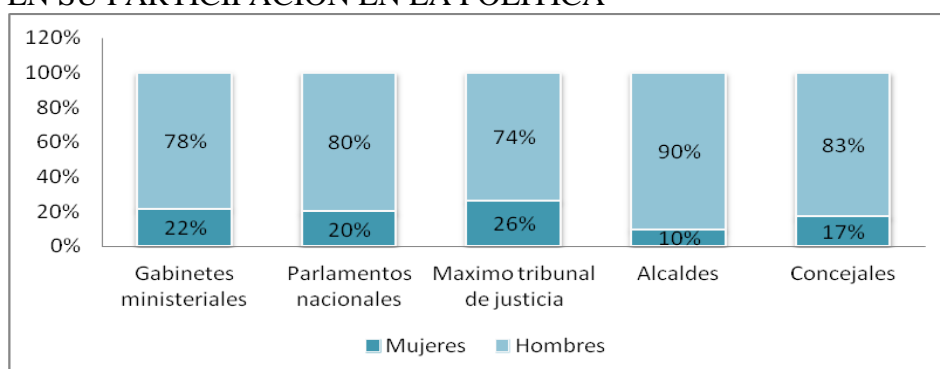
Scott (2005) afirma que hay importantes diferencias de hombres y mujeres con respecto a educación, el trabajo y otros recursos sociales, siendo objeto de debates políticos, a partir de la promesa universal de igualdad. En el caso del gobierno Colombiano expresa tener una búsqueda de cambios para avanzar en lo que respecta de los derechos de las mujeres en la jurisprudencia de la corte constitucional, pero se continúa la discriminación por género, demostrado en indicadores demográficos, sociales y económicos del país.

Colombia es un país con una población de 49.633 millones de habitantes, 25.238 millones son mujeres y 24.395 millones hombres, con un crecimiento de la población de 1.2% y un promedio de fecundidad de los últimos 5 años de 2.36, para el año 2013 la tasa de

pobreza era del 30,6% en la que el promedio es mayor para la mujer (34%) que para el hombre (29%), el 66.4% de los hogares tienen como jefe de este a hombres y el otro 33.6% a mujeres, siendo las principales aportantes del hogar en un 33,9%.

Con respecto a la autonomía de decisiones el informe del observatorio de género en el año 2013 presenta que a pesar de existir medidas como las cuotas, para que la mujer tenga igual participación en la política, aún son los hombres quienes ejercen más cargos políticos como se refleja en el gráfico No. 4.

**GRÁFICO 4 – AUTONOMÍA DE DECISIONES DE LAS MUJERES REFLEJADA EN SU PARTICIPACIÓN EN LA POLÍTICA**



FUENTE: CEPALSTAT (CEPAL 2013), elaborado por la autora.

Adicional a esos indicadores demográficos y sociales basados en los datos de la CEPAL del año 2013 las mujeres son el mayor número de víctimas de violencia intrafamiliar, de trata de personas y desplazadas del conflicto armado. En cuanto a indicadores económicos y laborales los analizaremos de forma detallada en el contenido de esta investigación.

## 2.4 PERSISTENCIAS Y CONFIGURACIONES DE LA DIVISIÓN SEXUAL DEL TRABAJO

Hemos analizado que en diferentes situaciones se presentan relaciones de género desiguales que afectan la inserción de la mujer en el mercado de trabajo, por lo que de acuerdo con las teorías contemporáneas y las investigaciones actuales, es importante indagar con bases teóricas ¿cuál es la relación de género y trabajo en el contexto social actual? y el trabajo de la mujer en lo productivo como empleada y/o empresaria.

El aumento de la participación de las mujeres en el mercado de trabajo se presentó con la revolución industrial, cuando las familias dejaron de construir el centro de producción requiriendo más de un proveedor en el hogar para la generación de renta, generando una inserción laboral en precarias condiciones de trabajo para mujeres de baja renta. Hasta 1950

las mujeres de clase baja se dedicaban a servicios de limpieza, entre otros trabajos, que respondían a sentido de menosprecio por la sociedad y las de clase socioeconómica media - alta eran dedicadas al campo doméstico con distinción de clase, honra y cuidadoras del hogar y los hombres eran considerados los únicos proveedores suponiendo un conjunto de valores y prácticas. Lo que comenzó a mudar en respuesta a las nuevas condiciones sociales, económicas y culturales, el espacio público comenzó a ser compartido por mujeres casadas y madres que vislumbraban posibilidades de realización personal fuera del espacio privado de la familia. (ARAUJO, 2005).

En Colombia las mujeres han accedido masivamente al mercado laboral en condiciones de mayor dificultad y exigencia a comparación con los hombres, estando ante diversas desigualdades de género como: la precariedad de empleos, discontinuidad, falta de los mismos, mayor exigencia en el número de horas laborales, menores ingresos, barreras para escalar en la estructura de la jerarquía organizacional a pesar de su nivel de formación profesional.

En este sentido, diversas teorías analizan el fenómeno de segregación horizontal refiriéndose a la ramificación del empleo femenino en algunos sectores económicos o en determinados grupos de ocupaciones y la segregación vertical que es la falta de oportunidades para ascender en la jerarquía organizacional. Lo que se da porque como afirma Cyrino (2012) están arraigados al esencialismo de género que presenta a los hombres como individuos más competentes en la interacción con su entorno, el trabajo físico y energético y la idea de superioridad que presupone a los hombres merecedores de estatus, a diferencia de las mujeres, presentadas como competentes en la interacción con las personas.

La literatura plantea que la segregación horizontal se presenta a pesar de que en el ámbito productivo se ha generado una conversión de logros en materia de derechos y capacidades hacia mayores oportunidades, arrojando resultados mixtos; es decir, que han obtenido mayor participación en el mercado laboral, pero sigue existiendo segregación de empleo femenino y masculino por sector y ocupación que puede ser una barrera en la eficiencia y reducción de la pobreza. (BANCO MUNDIAL, 2010). En la década de 1990 el 40% de la población ocupada correspondía a mujeres en el segmento menos valorizado del mercado y aún se sigue presentando.

Lo que en Bogotá, Colombia se exterioriza en cifras de acuerdo con el informe de la Secretaría Distrital de la Mujer (2013) que expone que en el año 2012 las mujeres laboraron principalmente en servicios comunales, sociales, personales, comercio, hoteles y restaurantes e industria manufacturera, lo que significa que 78 de cada 100 mujeres se dedicaron a realizar



labores tradicionalmente femeninas respondiendo a patrones de permanencia en la división sexual del trabajo, estando determinadas a actividades de menor renta y protección social.

Kartchevsky (1987) afirma que analizar las transformaciones del trabajo asalariado, solo se puede hacer en dos sentidos: en la fijación de salario y el desempleo, en que algunos obstáculos disminuyeron y otros aumentaron, porque las mujeres comenzaron a tener una renta, pero se continuo el estereotipo social de la función de proveedor atribuida y determinada al hombre, como afirma Cyrino (2012) se abrieron las puertas del mercado para mujeres de clase media y en situación de pobreza, para labores sencillas y rutinarias en los procesos de producción con un pago mínimo.

En la segregación vertical relacionada a la participación en cargos directivos, se presenta el llamado “techo de cristal” que alude a una barrera invisible que impide a las mujeres asumir cargos de poder, es decir, se origina impedimentos para acceder a la cima de los escalones jerárquicos (PUPPIM, 1994), consecuencia de las limitaciones impuestas por los patrones sociales y culturales que fomentan la inequidad. Situación que se complica porque la oferta de trabajo femenino es solo para cargos asistenciales, ya que las empresas en sus estrategias organizacionales tercerizan las actividades productivas, generalmente ejercidas por mujeres, haciendo que su remuneración y posibilidad de ascenso dentro de la estructura organizacional sea aún más difícil.

Otro factor que hace que las mujeres ocupen la parte inferior de la escala de clasificaciones profesionales es que están formadas para trabajos asistenciales, teniendo desde niñas una formación para trabajos en sectores de lo aceptado socialmente como femenino y de poco crecimiento económico y en caso de tener la misma capacitación académica que los hombres se les exige mayor nivel de educación para el mismo cargo. (ABRAMO, 2007).

Como afirma Kergoat (1987, p. 84) *“ao invés de dizer que as operárias têm uma formação inexistente ou mal adaptada, dizemos o contrario que elas têm uma formação bem adaptada aos empregos industriais, que se lhes propõem”*, siendo formadas para actividades no cualificadas o manuales. Lo que se modificaría si se brindará una educación negociable con el mercado de trabajo, siguiendo mecanismos en camino a la justicia y equidad.

La inserción de las mujeres en el mercado de trabajo convive con el paradojo de estar participando y continuar con desigualdades, en este sentido, Puppim (1994) expone que existen patrones sociales y culturales, que establecen un puente entre las tradiciones y las costumbres a la actualidad en relación a los cargos, funciones y los papeles de las mujeres en las organizaciones contemporáneas, es decir que se encuentra continuamente una división

sexual de trabajo que varía de acuerdo con el momento histórico y los tipos de sociedades, persistiendo la desigualdad de género.

## 2.5 ENTRE LO PRODUCTIVO Y LO REPRODUCTIVO

Socialmente se ha visto a la mujer como quien debe realizar actividades de lo productivo y lo reproductivo, Tabet (2005) expone que las mujeres se dedicaban a la recolección y a la pesca y relata como las mujeres realizaban sus actividades llevando en su espalda los niños cargados, teniendo que cuidar de sus hijos mientras trabajaban, a diferencia de los hombres que salían a cazar con total libertad dejando los hijos al cuidado de la madre y al regresar debía ser atendido por ella, teniendo derecho a periodos de descanso a diferencia de ella que no tenía descanso de las actividades de lo reproductivo.

Lo que no dejó de ser con el ingreso de la mujer en el ámbito productivo, realmente lo que sucedió fue que su carga de trabajo incrementó al tener que cumplir con actividades remuneradas en lo productivo y las no remuneradas en lo reproductivo. Campillo (2000) expone que la economía real se mueve en dos ámbitos: producción y reproducción, el primero está dado por relaciones del mercado, en el que la mayor participación es del hombre con reconocimiento social y el de la reproducción que se vincula con la economía de cuidado, la reproducción y el bienestar de las personas, encontrándose mayoritariamente las mujeres, sin remuneración, ni valoración social como una labor que genera beneficios a la sociedad. Situación que se refleja en Colombia en que aún el trabajo del hogar recae en mayor medida sobre la mujer en el año 2013 el 28,9% de los quehaceres domésticos eran realizados por ellas diferencia de los hombres quienes están en este indicador solo con un 1,9%.

El hecho de trabajar o no profesionalmente fuera del ámbito de la familia no constituye una selección entre dos esferas de las actividades autónomas para la mujer, la cuestión fundamental continua siendo compatibilizar el trabajo profesionales y del hogar demostrando que no hay separación en los diferentes tiempos sociales. (CHABAUD; FOUGEYROLLAS-SCHWEBEL, 1987). Porque a pesar de que se encuentran transformaciones al interior de las familias incluyendo nuevas relaciones de género donde el padre ha perdido su simbología como detentor de poder y autoridad al interior de la casa, en cuanto a sus actividades de cuidado siguen siendo como una tarea secundaria y de apoyo, no como una responsabilidad compartida con las madres.

Situación que responde al hecho de que a las mujeres se les ha atribuido histórica y culturalmente normas sociales y culturales con modelos y perfiles femeninos como parte de

las funciones y papeles sociales (ALMEIDA et. al., 2008), respecto a sus actividades reproductivas y de cuidado, como son el gerenciamiento y administración del hogar y sobre todo el cuidado de los hijos, como características naturales de su sexo, realizando una diferenciación del trabajo en la que se denotan estereotipos que limitan su participación y posibilidades de ascender en funciones que le darían mayor autonomía y libertad de mando y expresión, debiendo buscar cada día un equilibrio entre la vida profesional y personal.

Presentándose una serie de injusticias estructurales derivadas de la tradicional división sexual del trabajo, de la jerarquía en los procesos de toma de decisión y de los estereotipos asociados a delineamientos morales en que las normas, valores y virtudes masculinas se estructuraron en torno a la justicia y los derechos, mientras que las mujeres se determinaron en el cuidado y la responsabilidad reproduciendo la división sexual del trabajo y las limitaciones del entorno productivo. Gilligan (1982) afirma que esta orientación no es integrada en la esfera pública, ya que no existe una concepción amplia de justicia social, sin estigmatización y que brinde igualdad de oportunidades.

Se estigmatiza la doble carga de trabajo femenino, siendo vista en el mercado laboral como una limitante de sus posibilidades para elegir el tipo de vida que desea, capacitarse, asumir puestos con mayor participación, permanecer en los empleos de forma continua, entre otras posibilidades, como si esta fuese una actividad única y exclusivamente responsabilidad de la mujer, demostrando que existen elementos de discriminación que impiden la igualdad de condiciones, tornando su máxima expresión la división sexual del trabajo.

Problematizándose aún más cuando tienen hijos, porque su participación laboral se reduce y su formación académica es menor que la de mujeres sin hijos, reproduciendo el imaginario de las empresas de que esas responsabilidades no se pueden delegar, a diferencia del hombre que se le considera con total libertad para movilizarse, implicando que las mujeres deban combatir la imagen estereotipada en lo profesional y en su cotidiano. (KARTCHEVSKY, 1987).

A mediados de los años 1970 se crearon diversas modalidades de trabajo temporario, contratos de duración determinada y de tercerización y en 1980 el trabajo en tiempo parcial, presentándose en estos una mayor mano de obra femenina siguiendo las bases de la división sexual del trabajo. Con lo que se originó una desigualdad de forma más sutil, ya que cuando se presenta la flexibilización de condiciones laborales las oportunidades de acceso a empleos fijos, estables y promoción al interior de las empresas es más difícil, por la oferta de empleos temporales, de tiempo parcial, con salarios bajos, cargos asistenciales y sin trascendencia, mientras que los trabajos estables, con contrato formal y cargos de jerarquía son reservados

para los hombres, reforzando con esto las formas estereotipadas de las relaciones de sexo. (KERGOAT, 2009).

Entrando a influir otro aspecto que es el nivel socioeconómico, dado que las mujeres que cuentan con recursos económicos pueden contratar personas para el cuidado de su hogar, lo cual Hirata (1987) en su estudio manifestó como una conjunción de patriarcado y capitalismo para producir la clase asalariada para jugar con el sexo, la edad y la mano de obra. Quienes no tienen la disponibilidad económica deben recurrir a mamás, suegras, amigas, vecinas u otras personas, siguiendo siempre la continuidad del cuidado como actividad de mujeres sea con salario o sin este. En Colombia la PEA femenina el 7,7% trabajan en servicio doméstico y el 6,8% trabajan para familiares sin remuneración a diferencia de los hombres 0,3% y 2,6% respectivamente, situación denominada por Tronto (1997) como una versión de cuidados orientada por el mercado.

Así en nombre de la conciliación entre la vida familiar y profesional, es que dichos empleos son ofrecidos, suponiendo que estas responsabilidades son exclusivas del sexo femenino, siendo un retroceso para eliminar las desigualdades de sexo, ya que la incorporación laboral mantiene una segregación sexual de trabajo. De este modo se puede afirmar que el trabajo de cuidado y lo doméstico no es reconocido en todo su valor y la reglamentación al respecto continua perpetuando la discriminación femenina, facilitando con unas medidas aparentemente proteccionistas, la incorporación en términos de desigualdad de las mujeres en el trabajo remunerado.

## 2.6 ACTIVIDAD DEL CUIDADO

Las actividades de cuidado fueron asignadas socialmente como propias de las mujeres, justificando su predisposición y mayor atención para cuidar, siendo necesario analizar con base en la naturaleza y teorías de cuidado, como interfiere este trabajo, en el desarrollo de la mujer en ámbito productivo a partir de la revisión bibliográfica de autores como Tronto (1997), Benhabib (1995) y Giligan (1982) y las perspectivas actuales que se trabajan en torno del cuidado.

El término de cuidado es bastante amplio no se refiere únicamente a las actividades del hogar como se piensa comúnmente, sino que también comprende las actividades que ejercen organizaciones, entidades, terceros, reconociendo las necesidades de otros, en que se exterioriza una clara segmentación de género, caracterizando el mercado laboral en sectores feminizados y diferenciados, correspondientes a una extensión de tareas como son: servicios

personales, actividades de cuidado de niños, ancianos, enfermos, tareas manuales, actividades de la industria segmentadas y repetitivas, oficios de limpieza, educación, salud, entre otros.

El trabajo del cuidado es realizado en el ámbito familiar, el estado, el mercado y la organización dentro de la estructura familiar, estando estrechamente sujeta a la participación de las mujeres en el mercado laboral, al haber estado y continuar siendo las responsables de las actividades de cuidado.

La ética del cuidado y la preocupación por los otros permite formular de modo inédito asuntos cruciales, para las democracias, tomándose como centro de las relaciones entre el estado y la familia, justificando políticas públicas que se han construido sobre modelos de familiares y pactos de género, basados en concepciones de que las mujeres tienen cualidades naturales que las convierten en mejores cuidadoras que los hombres.

Entre las teorías de la ética del cuidado se encuentran las de las feministas moderadas que enuncian que la actividad del cuidado es adjudicada a la mujer y las de derechos y obligaciones a los hombres, relacionando la moral alrededor de conceptos de responsabilidad y relaciones humanas dependientes. Por otro lado, las feministas radicales, afirman que la teoría de cuidado es una relación directa con el papel subordinado de la mujer, en razón a que el cuidado no se encuentra en las distinciones de las esferas políticas y públicas.

Gilligan (1982) a partir del abordaje realizado a la teoría de Kohlberg, plantea que el dominio moral tiene que extenderse para incluir la justicia y el cuidado, porque los hombres y las mujeres tienen una voz moral. La ética de justicia se asocia al desarrollo moral masculino y la ética de cuidado al femenino, dada por la comprensión de la responsabilidad y las relaciones que del mismo modo ata el entendimiento de derechos y reglas.

Para la autora la ética de cuidado parte de relaciones dependientes de circunstancias juzgadas no por principios sino por actividades realizadas, por lo que expresa su preocupación por el desenvolvimiento moral, tendiendo a tomar el punto de vista del otro, ya que la ética de justicia y de cuidado, tomadas conjuntamente podrían eliminar los estereotipos de la moralidad femenina y masculina.

En su teoría Gilligan plantea dos voces, una en la que el sujeto es tomado como individual, autónomo, cuyas acciones están orientadas por el deber, la igualdad, reciprocidad, justicia y derechos, siendo generalmente la de los hombres y la otra voz habla de vínculo de evitar hacer daño, de cuidado y respuesta, existiendo reciprocidad, en donde el yo y el otro yo son vistos como interdependientes, construyendo una relación de acción y reacción, siendo la de las mujeres.

Por otro lado Tronto (1997) en su teoría politiza el cuidado y critica la reducción de la ética de este a la esfera privada, manifestando que la importancia de las relaciones y el cuidado no es un rasgo exclusivo femenino, sino que está presente en otros grupos sociales, cuya moral está basada en un trabajo específico: ocuparse de los demás. El autor plantea que la ética relacional o de cuidado toma una dimensión central en la vida humana y cuestiona las posturas que asimilan las actividades del cuidado como responsabilidad de la mujer, separando las diferencias de género (establecidas por relaciones de poder) y las diferencias de la perspectiva moral. Así, que el cuidado es una práctica democrática en la que todos deben participar y pensarse como un asunto político que atraviesa lo doméstico, local y global.

La ética de cuidar para Tronto expone una dimensión reflexiva, tomando en cuenta su importancia moral y social, que sitúa el cuidado en el centro de la actividad política, como un concepto público y político, en el que la experiencia del cuidado y el concepto de este se relacionan, para pensar el cuidado, como lo que concierne fuera del ámbito de la intimidad, considerando el ámbito político y social.

Con lo que se establece que todo lo que hacemos para cuidar tiene una dimensión más amplia y pública, no solo es algo del ámbito familiar, siendo necesario reestructurar la organización social, las actividades económicas y políticas, defendiendo el cuidado desde posicionamientos políticos en los que las actividades del cuidado sean incluyentes, concibiendo principios como son la libertad, igualdad y justicia, con énfasis en las relaciones entre parentesco y responsabilidad.

Estando el cuidado condicionado por principios éticos establecidos en la lógica de ser un proceso presente en un ámbito social, consecuencia de una relación entre el cuidar y permitir ser cuidado, siendo dos perspectivas complementarias, en el que se reconoce situaciones de vulnerabilidad como la vital que puede ser enfermedad, muerte, incapacidad, etc.; vulnerabilidad de situación social como el desempleo, hambre o vulnerabilidad ambiental por catástrofes.

Así que el cuidado para Tronto es pensado como el acompañamiento, sustentar una protección para los otros, recapacitando la noción de vulnerabilidad en situaciones diversas de fragilidad, en este sentido el cuidado es una manera de pensar, de producir protección para los más vulnerables, existiendo siempre un factor en común que es la atención, lo que refleja que en la actividad de cuidar se requiere de una actitud moral, el autor concluye la importancia de satisfacer las necesidades de otros, preservando las relaciones de cuidado existentes, en las que la ligación entre el cuidador y el cuidado constituye un problema para cualquier ética de cuidar. Haciendo énfasis en la relación entre los cuidadores y las personas cuidadas,

manifestando que para el ser humano es más fácil hacer favores a quienes están en un relacionamiento más próximo, que a quienes realmente lo merecen.

Lo que a su vez es afirmado por Benhabib (1995) para quien el juzgamiento moral, está inmerso en un relacionamiento con los otros, acrecentado por el respeto y el esfuerzo de satisfacerlas, la justicia, derechos, cuidados y responsabilidad son orientaciones morales. Para Giligan (1982) la ética de cuidado parte de características de relaciones personales íntimas, en que los hombres se basan en respeto a los derechos formales de los demás y las mujeres se centran en juicios generales abstractos, en la responsabilidad que surge de la conciencia de conformar una red de relaciones de interdependencia constituida de una forma relacional.

De este modo, la actividad del cuidado se encuentra en una situación de dependencia de los unos con otros y las relaciones constituyen un juego moral, con respecto al criterio de justicia. Por lo que se puede decir, que el desenvolvimiento moral permite observar características de la ética de cuidado y de la ética de justicia, en que el ser cuidado no es considerado como una incapacidad, debilidad y falta de control sobre sí mismo, sino como una convicción de mi relación con el otro que se presenta en cualquier momento del ciclo de vida del individuo, teniendo la capacidad de ejercer efectos, a través de la interdependencia se potencia uno al otro.

Dicha interdependencia se produce en una red particular y emocional, por lo que el cuidado de alguien comprende la moral y parece más una actividad de necesidad y de hacerse cargo, de sostener a otro, que todas las personas pueden realizarlo, pero depende de un saber, un conocimiento, un sentimiento, una motivación, tiempo, conocimientos, recursos, saberes aprendidos, brindando valor para la sociedad y para quien es cuidado. (LUPICA, 2013).

Por lo que es necesario estipular el cuidado en una esfera amplia, no solo como una actividad al interior de la familia, recalcado y estereotipado como una actividad única de la mujer, sino que sea reconocida y valorada de acuerdo con su importancia en el desarrollo de la sociedad, como enuncia Tronto:

Los aspectos verdaderamente transformadores feministas de los cuidados y del cuidado, no pueden ser reconocidos a no ser que reformulemos nuestra visión del contexto político en el que ellos se sitúan como un fenómeno moral. (TRONTO, 1997, p.189).

Es de importancia ampliar la comprensión de lo que significa cuidar de los otros, en cuestiones morales, reestructurando instituciones y políticas sociales. En este aspecto pensar cómo podemos juzgar el concepto de cuidado con las instituciones, significa salir de la

relación de esencialismo y sentimiento, encontrando una concepción sociológica del cuidado como respuesta a las necesidades de la sociedad, analizando la intervención del estado en la esfera privada de la familia como una entidad social y el estado pasa a ser parte de los actores responsables en que todo es producido por la sociedad.

Gilligan (1982) afirma que la distinción entre ética de justicia y la ética de cuidado, permitirá explicar el desenvolvimiento de la mujer, al ser el cuidado una actividad continua que relaciona todas las actividades de la vida cotidiana, en las instituciones y estructuras sociales en las que se encuentran inmersas las actividades de cuidados.

De este modo la ética de cuidado en la teoría de Benhabib (1995) pretende des construir los estereotipos de los juicios patriarcales y construir nuevos conocimientos sobre las formas de moral y de trabajo que han sido hasta ahora ignoradas, demostrando que el cuidado es una actividad moral y democrática en la que existe un relacionamiento autónomo y de igualdad.

En que se torna visible lo que anteriormente era invisible, confiriendo dar importancia adecuada al sexo femenino en todos los ámbitos, ya que las condiciones profesionales y las situaciones familiares están ligadas y son indisociables. requiriendo reorientar las relaciones sociales con respecto al bienestar social, insiriendo las actividades de cuidado en la economía y permitiendo la corresponsabilidad social de todos los individuos, familias, poderes públicos, agentes sociales y empresas (BERMÚDEZ; PASCALE; ARANGO, 2014) que garanticen la permanencia o incorporación de las personas que cuidan habitualmente mujeres, en el mercado laboral y que las tareas de cuidado no inhabiliten a las mujeres en la participación social y económica, como en los casos en que han tenido que dedicarse en exclusiva al cuidado de personas dependientes durante una etapa de su vida.

En este sentido los gobiernos han desarrollado políticas económicas, considerando el cuidado para prevenir desigualdades y generar nuevas estructuras. En Colombia en noviembre del 2010 se aprobó la ley 1413 siendo la primera en América Latina que regula la inclusión de la economía del cuidado en el sistema de cuentas nacionales, con el objetivo de medir la contribución de la mujer al desarrollo económico y social del país y como herramienta fundamental para guiar la definición e implementación de políticas públicas, que pretende flexibilidad de roles entre hombres y mujeres, permitiendo la construcción de sociedades más justas, en que las mujeres logren equilibrar su mundo productivo y reproductivo. (BERMÚDEZ; PASCALE; ARANGO, 2014).

Del mismo modo el gobierno Bogotá Humana y el sector de Desarrollo Económico, refieren sus políticas en la cuantificación de la economía del cuidado en el Producto Interno



Bruto y mediante el Plan de Igualdad de Oportunidades para la Equidad de Género que es liderado por la Secretaría Distrital de la Mujer y en la creación del Comité de Economía del Cuidado.

Como se vio a través del capítulo la división sexual del trabajo responde a una dominación masculina que se da a lo largo de la historia, de acuerdo con el contexto cultural, social, económico y político, con la excusa de imperativos económicos o simbólicos de lo que es propio a ser realizado para el sexo femenino y masculino, reproduciendo pensamientos y estereotipos que desenvuelven diferentes medios de desigualdad, limitando la participación de la mujer en lo productivo.

### 3 PREPARACIÓN Y VIVENCIA EN EL TRABAJO DE CAMPO

En este capítulo se presenta el marco teórico - metodológico, el delineamiento y descripción del proceso de investigación en función del objetivo propuesto. Así como las percepciones y aprendizajes metodológicos que desarrollé como investigadora en el trabajo de campo, el cual fue orientado por la revisión de literatura teórico – metodológica, en que se conoció experiencias, técnicas, situaciones, limitaciones y estrategias, porque aunque la teoría metodológica no consiste en reglas de saber hacer, a partir de otras experiencias investigativas, se pueden adaptar métodos, modalidades de muestra y la naturaleza de los datos al objeto de investigación en construcción. (PIRES, 2008).

Esta investigación fue de tipo cualitativo, por considerarse una metodología que permite un estudio de la realidad social, al basarse en las perspectivas teóricas, contribuyendo en la comprensión contextual, estructural y fenomenológica de las acciones, situaciones y acontecimientos de la realidad investigada, permitiendo conocer a profundidad procesos, fenómenos y aspectos de la vida social de las entrevistadas. (FLICK, 2004). A partir del dialogo, con el que se alcanza la comprensión, a través de métodos como observación participante, entrevistas a profundidad, entre otros, que generan datos para desenvolver conceptos y entendimientos, con una perspectiva holística en que las personas, grupos o escenarios que están investigando un todo.

Poupart (2008) afirma que interrogar los actores y usarlos como un recurso para comprender la realidad social, constituye una de las ventajas de las ciencias sociales, conociendo las preocupaciones de los actores sociales, tal y como son vividas en lo cotidiano. Se aprenden las relaciones, insólitas significaciones concernientes a los elementos de sus interacciones, motivaciones, expectativas, intenciones de los actores e influencias ejercidas en ellos de acuerdo con el contexto. (TREMBLAY, 2008).

Según Pires (2008) la metodología cualitativa cuenta con una multiplicidad de instrumentos, implicando un abordaje interpretativo a su relación de estudio, como afirma Cicourel (1980, p. 116) las teorías “*indicam uma crescente da necessidade do cientista social aperfeiçoar as técnicas de campo de modo que as hipóteses possam ser testadas*”. Por lo que se analizó cual sería la mejor forma de dar respuesta a las hipótesis de la investigación y las variables que posibilitarían o limitarían un adecuado trabajo de campo, encontrando en la entrevista, una herramienta que constituye una puerta de acceso a las realidades sociales mediante las interpretaciones producidas por los discursos. (POUPART, 2008).

Se tuvo en cuenta los argumentos para implementar la entrevista enunciados por Poupart (2008), el primer argumento de orden epistemológica, afirma que una conducta social no puede ser comprendida, sin la perspectiva de los actores, sin saber cómo comprenden e interpretan sus realidades, como a partir de sus actividades diarias construyen su historia, el sentido que les dan a sus conductas, la manera como se representan y viven su situación.

Otro argumento es de orden ética y política, en el que se encuentra la posibilidad de comprender y conocer los dilemas y cuestiones enfrentadas por las entrevistadas, ya que con la entrevista se permite conocer las condiciones de vida de los actores, preconcepciones sociales, prácticas discriminatorias, de exclusión e inequidades a partir de la descripción de sus dificultades diarias. Como argumento metodológico encontramos que la entrevista es el instrumento de acceso a la experiencia de los actores, hablando sobre lo que piensan, sienten y en cierta medida hacen, permitiendo reconstruir la realidad con su análisis.

La hermenéutica ofrece las bases para la comprensión del significado de la comunicación entre los seres humanos, en que el lenguaje es la base de intersubjetividad e incorporación de entendimiento, permitiendo analizar el punto de vista de las narradoras en cuanto a actoras. Por lo que se utilizó la entrevista narrativa no estructurada y a profundidad, aproximándose a la información deseada y asequible (DESLAUREIS, 2008), consiguiendo una visión más detallada e íntima del proceso (CICOUREL, 1980), es decir reconstruyendo acontecimientos sociales a partir de la perspectiva de las entrevistadas.

Bauer y Gaskell (2002) afirman que no hay experiencia humana que no pueda ser contada como historia, las entrevistas narrativas, son relatos en que las personas recuerdan lo que sucedió, colocando determinadas situaciones en secuencia, detallando lugares, tiempo, acontecimientos, acciones, motivaciones, encontrando una explicación y orientaciones del sistema simbólico del actor, en el que su lenguaje es cotidiano y espontáneo.

Instrumento investigativo que implica una dimensión cronológica, en la que hay pequeñas historias dentro de una general, estructurando un proceso semiautónomo que sigue una situación predeterminada, como afirma Kergoat (1987) se debe contribuir al tiempo el estatuto de categoría epistemológica fundamental, en el modo de vivir las conjunciones, relacionando el lugar de producción actual o pasado y el de la reproducción como los elementos de vida definidos por la intersección de la historia personal y social, permitiendo avanzar sobre el análisis de las luchas individuales o colectivas. Por lo que se considera que este tipo de entrevista permite conocer aspectos en cuanto a la vida personal y profesional de las emprendedoras permitiendo un mejor análisis.

Luego de establecer el tipo de investigación y el instrumento que se aplicaría, se determinaron algunos criterios que debían tener las entrevistadas. Para maximizar el análisis se tomaron las informantes más diversas en el grupo, dado que en la revisión de literatura se percibió que las investigaciones sobre emprendimiento son muy generales y no consideran factores específicos que permitan un mayor acercamiento a la realidad emprendedora. Por lo que es indispensable conocer y analizar la historia de las emprendedoras, que nunca son ni serán iguales y así realizar un mayor acercamiento a la realidad emprendedora. Delimitando las siguientes características y requisitos de las entrevistadas:

- a. emprendedora: de acuerdo con la descripción dada en la literatura se concibieron las mujeres que estuvieran desarrollando una actividad que generará bienes y servicios, estando registradas o no legalmente;
- b. edad de la emprendedora: “a idade não é um dado natural, embora possa servir de instrumento para avaliar a evolução biológica dos indivíduos”. (LENOIR, 1998, p. 64). Siendo una característica interdependiente del contexto en el cual se toma sentido, se delimitó el rango de edad de las emprendedoras entre 25 a 44 años, periodo en que según el GEM (2014) se presentan mayores tasas de mujeres emprendiendo;
- c. nivel socioeconómico: medio y medio alto<sup>18</sup>, considerándose que se podrían analizar problemáticas adicionales a la falta de recursos económicos, acercándonos de forma profunda al análisis de los objetivos de la investigación;
- d. nivel académico: superior (técnico, tecnología, profesional, pos-grado), con el fin de conocer cómo posibilita la educación superior, la creación de empresas y cómo influye la formación en sectores tradicionales femeninos o masculinos;
- e. tiempo en la actividad: de 0 a 4 años (emprendimientos nacientes y nuevos), considerándose que es un periodo en que se presenta mayor deserción de la actividad, se pensó en que las entrevistadas estarían en una situación actual, que les permite hablar de las problemáticas de iniciar y permanecer en la actividad;

### 3.1 ENCUENTRO CON LA REALIDAD: ¿CÓMO SE DESARROLLÓ EL TRABAJO DE CAMPO?

El trabajo de campo sigue aspectos teóricos – metodológicos que como se expuso anteriormente fueron una orientación y preparación para el momento de desenvolverse como investigadora, experiencia que me brindó conocimientos metodológicos y un acercamiento a

---

<sup>18</sup>La estratificación socioeconómica en Colombia es la clasificación de los inmuebles y del entorno residencial, denominándose en estratos socioeconómicos bajo-bajo, bajo, medio-bajo, medio, medio – alto y alto.

la realidad sentida por las mujeres emprendedoras, estando frente a las expresiones, sentimientos, palabras, pensamientos que durante mucho tiempo imagine como sucederían y como estructurarían y/o darían un giro total a la investigación. El cual fue realizado en seis etapas que fueron: consulta sobre las emprendedoras, contacto inicial, colecta de datos, transcripción y finalmente el análisis de datos, etapas que presentare a continuación.

Para poder ir al campo debía tener programadas las entrevistas que realizaría entre diciembre del 2014 y enero del 2015, por lo que desde Agosto del 2014 se inició a consultar páginas Web y redes sociales de instituciones que trataran el tema de emprendimiento femenino y desde el mes de septiembre se escribió un mail informando sobre los fines de la investigación, solicitando contacto con emprendedoras que cumplieran con las características de la muestra que se trabajaría. Solo la revista *Emprende* y otra institución<sup>19</sup> dieron respuesta. La revista *emprende* brindó contactos de tres emprendedoras, pero solo Alejandra respondió y la otra institución solicitó un comunicado que enviaría a cada una de las emprendedoras que podrían participar de la investigación, pero no se recibió retorno de los comunicados.

En vista de que no se estaba logrando el contacto con emprendedoras, conté sobre la investigación e indague en redes informales como amigos, colegas de trabajo sobre emprendedoras, quienes comenzaron a brindarme información y a medida que se indagaba sobre ellas se identificaba si se podrían o no entrevistar.

Adicionalmente, cuando se comenzó a establecer contacto con las emprendedoras, ellas mismas referenciaban otras emprendedoras que posiblemente podrían participar en la investigación. Lo que se denomina en “casada” o “bola de nieve”, utilizado cuando el acceso a los datos es difícil, como en mi caso que me encuentro en otro país y debía tener confirmadas las emprendedoras que entrevistaría, tuve que recurrir a contactos sucesivos dados por las mismas participantes de la investigación.

El contacto inicial es importante y de cuidado, como afirma Cicourel (1980, p. 88) *"Não existe uma receita para encontrar a entrada em uma comunidade, depende da sofisticação da comunidade e das informações prévias que o pesquisador consegue"*. Por lo que se contactó a las emprendedoras por medios virtuales, en los que se confirmaba el recibido de los mensajes y en los mismos las emprendedoras tenían la posibilidad de verificar información del entrevistador y así tener confianza en aceptar un encuentro personal, siendo de esta forma medios eficaces y prácticos.

---

<sup>19</sup>No se cita el nombre de esa institución porque finalmente no se trabajó con ella.

Se requirieron estrategias que llevaran a las entrevistadas a colaborar y sentirse confiadas en hablar (POUPART, 2008), por lo que pensamos en convencer a las entrevistadas del interés y utilidad de la investigación, informándoles sobre sus fines, importancia, justificación, datos académicos de la investigadora y la importancia de su participación.

A principios de diciembre se había obtenido respuesta afirmativa de ocho mujeres, pero como afirma Flick (2004) el investigador se enfrenta al problema de disponibilidad, en nuestro caso las emprendedoras no contaban con otro tiempo debido a que en esa temporada son las vacaciones de fin de año y la mayoría de ellas viajarían, por lo que se programaron encuentros personales en las dos últimas semanas de diciembre y la última semana de enero.

La colecta de información se dio en dos fases: una realizada personalmente y otra fase por *Skype*. Los encuentros y entrevistas personales duraron en promedio una hora y media. Pero de las ocho entrevistas previstas solo se realizaron seis, porque dos de ellas no atendieron mis llamadas, ni mensajes, incluso después de ya no estar en Colombia, se les escribió planteando la opción de realizar la entrevista por *Skype*, a lo que una de ellas respondió positivamente, pero después no dio más respuestas.

De las seis entrevistas realizadas personalmente en Colombia se descartó una porque la emprendedora debía viajar a Panamá y el único día que podía tenía una feria en la que presentaría su producto, siendo un ambiente imposible para grabar de forma correcta la entrevista con interrupciones en las que debía ofrecer su producto. Dado que solo se podrían analizar cinco entrevistas de las realizadas de forma personal en Colombia, se continuó con una entrevista adicional por medio de *Skype*, lo cual resultó ser una forma igual de provechosa y completa a la entrevista personal, encontrando un ambiente en el que la persona se siente más libre para hablar y se presentan situaciones de su contexto físico que no son controladas, permitiendo analizar diversos factores.

Después de haber realizado las entrevistas se transcribieron y organizaron los datos, resultado de la experiencia de las percepciones, definiciones de las situaciones, opiniones, palabras, sentido de acción y de los fenómenos en los que se presentan las emprendedoras, siendo analizados con el fin de encontrar el significado de las narrativas que corresponden al problema de la investigación. (DESLAUREIS, 2008). Por lo nos basamos en la hermenéutica, que parte de la comprensión, de los movimientos y actitudes de las entrevistadas, necesidades, fuerza y consciencia histórica, como categorías y significados.

Las entrevistas se analizaron relacionando la literatura y la narrativa de las emprendedoras, estableciéndose como categoría de análisis género y el concepto de reflexividad, entendiendo género en un proceso de construcción social, que puede describirse

y analizarse en un tiempo y espacio determinado, dándose modificaciones, continuidades, que brindan una reflexividad. Lo que será analizado con relatos de la reconstrucción de acontecimientos vividos, en los que reflexionan sobre su propio pensamiento, conocimiento, emociones, aprendizajes sobre sí mismos, manifestando su subjetividad e identidad.

En la categoría de análisis de género nos enfocamos en entender y observar en la narrativa de las entrevistadas, como identifican en sus historias las interacciones sociales, que reproducen la división sexual del trabajo y como interfiere la orden simbólica de lo femenino y lo masculino, influyendo en su actividad emprendedora y comprendiendo las relaciones que se dan entre género y emprendimiento. En cuanto al concepto de reflexividad partimos por comprender en su trayectoria de vida: los significados, pensamientos y reflexiones para iniciar y permanecer en la actividad emprendedora y repensar expectativas para el futuro.

### 3.2 EL TRABAJO DE CAMPO: OPORTUNIDADES, IMPASES Y ESTRATEGIAS

En esta investigación se conversó con seis emprendedoras, aproximándonos a la realidad de estudio con sus palabras y discurso, especificando ciertas cuestiones y conociendo su historia y por tanto los factores emergentes de la investigación. Por lo que el momento de la entrevista fue esencial para la investigación, presentándose oportunidades para generar el análisis de cuestiones que no se habían considerado e impases que fueron solucionados con diversas estrategias, proceso que se especificará a continuación.

Las entrevistas narrativas inician con una indicación general que orienta la narrativa, *“depois de ter dado uma instrução inicial, visando nortear o entrevistado sobre o tema da pesquisa, confere-lhe o máximo de liberdade no que diz respeito a maneira de tratar o assunto, e tenta orientar seus relances sobre as dimensões abordadas pelo interlocutor”* (POUPART, 2008, p. 224), dándoles la libertad de hablar sobre lo que realmente es importante para ellas y conociendo su trayectoria social para comprender y situar su discurso en torno de su actividad emprendedora:

*Primeiramente, delinear-se a situação inicial ('como tudo começou'), então selecionam os eventos relevantes à narrativa, a partir de todas as inumeráveis experiências, apresentando-os como uma progressão coerente de eventos ('como as coisas avançaram'); e, por fim, apresenta-se a situação ao final do desenvolvimento ('o que aconteceu').* (HERMANN, 1995, p. 183 apud FLICK, 2004, p. 109).

Con base en los postulados teóricos de Flick (2004) al iniciar las entrevistas se les pedía a las entrevistadas de forma clara y específica que contaran sobre cómo se dio su

emprendimiento y en qué consistía, dejando de forma abierta su narrativa de cómo comenzó su emprendimiento, hasta llegar a la situación actual de su empresa, su actividad diaria, sentimientos y pensamientos al respecto de sí como emprendedoras.

Se continuó con una segunda fase, en la que de acuerdo con lo que habían narrado se realizaron preguntas para analizar algunos factores que en sus narrativas no siempre eran explícitos, como afirma Flick (2004 p. 110) “*são completados os fragmentos de narrativa que antes não haviam sido exaustivamente detalhados*” y finalmente a lo que se denominaría el “equilibrio de la historia”. Lo que les permitiera cuestionar y vislumbrar explicaciones de algunos aspectos de sí mismas y de su empresa.

Este tipo de entrevista sigue el modelo de conversación normal, sin intercambio de preguntas y respuestas, pretendiendo entender y después interpretar, consiguiendo una comprensión contextual de las acciones fenomenológicas y estructurales, situaciones y eventos que viven las emprendedoras. (TREMBLAY, 2008). Siempre dentro de los límites impuestos por el problema y dimensiones incluidas, por lo que como entrevistadora debía orientar lo menos posible la entrevista, sin embargo, en algunos momentos las entrevistadas se enfocaban mucho en la descripción del producto o la empresa, por lo que se debía realizar preguntas que retomaran la narrativa en torno del objetivo de la investigación.

Como presenta Mills (1965) en los casos en que no se había tenido respuesta de algunas cuestiones indispensables, se preguntó según el caso, acerca de datos demográficos, nivel educativo, historial emprendedor y laboral, motivaciones para emprender, referencias de emprendedores, dificultades en su actividad, financiación de su proyecto, alianzas, realización de procesos organizacionales, el sector en el que están las empresas y características de este, apoyo familiar que reciben con respecto a su actividad, expectativas a futuro, entre otras. A medida que se desenvolvían las entrevistas, surgía la necesidad de profundizar nuevas cuestiones y explicar otros factores que podrían ser de análisis, por lo que el proceso de colecta de datos fue de perfeccionamiento en la medida en que se iban desarrollando.

En el momento en que se programaron los encuentros personalmente, se propuso que fueran en los lugares de trabajo, buscando lugares donde no se desorientaran de sus hábitos comunes, ocasionando una mejor reflexión a medida que se daba la narrativa. (POUPART, 2008). También, fue indispensable que no hubiera ruidos externos, siendo tranquilo para la entrevistada y permitiera la grabación sin interferencias acústicas.

La primera entrevistada fue Daniela contactada por medio de la revista EMPRENDE, a quienes les escribí sobre mi investigación y me brindaron sus datos. Se contactó en el mes de noviembre por mail y de inmediato respondió aceptando participar en la investigación, se



continuo realizando un intercambio de correos hasta confirmar un encuentro el 15 de diciembre, ya que después tendría que viajar a Medellín (su ciudad natal), realizándola en su oficina, con una duración de 1 hora y 27 minutos.

Daniela utiliza muchas palabras que desconocía, por lo que cuando mencionaba nombres, instituciones o hacía alguna referencia que no se conocía, le preguntaba su significado, como argumenta Aguiar (1978) se debe analizar en detalle la terminología utilizada y conocer los aspectos básicos de interacción para observar e interpretar otros.

Esta entrevista se dio en diferentes momentos no calculados, ni pensados, en el primer momento comenzó a narrar su historia con bastante colaboración y transparencia en sus respuestas. Cuando pensé que se podría terminar la entrevista, se presentó un intercambio de papeles, Daniela comenzó a realizarme preguntas sobre la investigación, a medida que le fui dando respuestas, dio lugar a que Daniela brindara información aún más compleja y que me permitía ver aspectos que para mí estaban siendo invisibles, como el desaparecimiento de las emprendedoras, detrás de la imagen de sus socios empresarios.

Desenvolvimiento de pensamientos que me harían pensar en muchos aspectos a ser indagados y analizados en las siguientes entrevistas, adicional a ello, la entrevista se dio de forma tan amena y agradable que me motivo aún más con respecto a la investigación, brindándome satisfacción de estar en el camino correcto.

Fernanda y Natalia fueron contactadas por medio de la directora comercial de una empresa en la que ellas habían trabajado, quien al escuchar en una conversación informal sobre la investigación me informó sobre Fernanda, quien trabajo en la misma empresa, pero se había retirado para crear su empresa, al igual que Natalia.

Se contactó a Fernanda en los últimos días de noviembre, mediante correo electrónico. La entrevista fue realizada en una cafetería cerca del parqueadero, ya que estaba en una hora de bastante movimiento y la entrevistada sugirió realizarla allí para tener mayor tranquilidad, con una duración de 1 hora y 5 minutos, en un principio su lenguaje era bastante técnico y como se es aprendido desde la administración.

Podría decir que ante situación, así como Tremblay (2008) quien tenía formación en ciencias naturales y ciencias sociales, le confería una sensibilidad para asimilar diferentes análisis epistemológicos, metodológicos, operatorios y en este caso, mi formación en administración de empresas y desempeño laboral, me permitió utilizar la misma terminología y paso a paso dirigir el sentido formal de la entrevista a uno más informal, en el que se sintiera libre y fuese más espontanea, abarcando aspectos personales.

La tercera entrevista fue realizada a Natalia que fue contactada por Facebook y whatsapp, quien me indicó una emprendedora a quien podría entrevistar (Inés). Natalia sugirió realizar la entrevista en su oficina antes de las 9 de la mañana, hora en que se iniciaba la operatividad de la misma, pero al ser la oficina en el mismo lugar de vivienda, se sentían otras personas dentro, como su esposo, lo que tal vez limitaría la expresión de la entrevistada, ya que en el comienzo de la entrevista decía “mi empresa, perdón nuestra empresa” y continuamente corregía su afirmación singular a plural.

Inicialmente su narrativa giraba en torno de los servicios detallados que brindaba la empresa, por lo que se debió intervenir haciendo preguntas que reorientaran su narrativa y permitieran tener mayor conocimiento sobre ella misma y enfocada para los fines de la investigación. La entrevista duró una hora y media, hasta que Natalia recibió dos llamadas, siendo en la segunda cuando informó que debía retirarse.

Inés fue contactada por medio de Natalia, le escribí por whatsapp y acepto encontrarnos el día 16 de diciembre en un centro comercial, llegó con su mamá un poco desconfiada, por lo que pude percibir y le mencione nuevamente a Natalia, le informe sobre mi investigación y que anteriormente había laborado en un lugar conocido por ella, lo que permitió que se sintiera con seguridad de ir a una cafetería, donde pudiéramos grabar la entrevista, ya que en el centro comercial había mucho ruido, ella conversó con la mamá quien se retiró, sin embargo, hubo un momento de la entrevista en que se acercó nuevamente con otros familiares, supongo que para validar que todo estuviera bien.

La conversación con Inés fue fluida y sorprendente en cuanto a la forma en como la entrevistada respondió las cuestiones preguntadas, al igual que en la entrevista con Fernanda, cuando se estaba dando por terminada la conversación, me preguntó sobre el sentido de género que tenía la investigación e informó que es feminista y estaba en un movimiento que pretendía que las personas que utilizan la bicicleta fueran considerados biciusuarios.

A pesar de que inicialmente se presentó una situación de desconfianza y miedo, Inés conversó con honestidad y al escuchar los motivos de la investigación y el camino seguido hasta el momento, se generó mayor interés al encontrar puntos en común entre entrevistadora y entrevistada, por lo que se podría afirmar que cuando las dificultades son adecuadamente solucionadas o problematizadas, son fuentes de conocimiento. (AGUIAR, 1978).

Con Camila fuimos colegas de estudio y trabajo, conociendo sobre su emprendimiento hacía un tiempo atrás, por lo que desde agosto del 2014 se estableció contacto con ella aceptando con el mayor gusto e interés en participar en la investigación. Debiendo programar la entrevista con antelación, debido a las fechas de viajes de la

entrevistada y entrevistadora. Consiguiendo acompañarla en su empresa un día y en algunas de sus actividades y se realizó después una nueva entrevista por *Skype*.

Julia la conocí en el ámbito laboral, pero debido a una incapacidad medica de ella, no compartimos mucho tiempo, por lo que comencé una “amistad” con ella por medio de las redes sociales y por sus publicaciones supe que estaba vendiendo productos decorativos hechos a mano. Le escribí preguntándole si estaba emprendiendo y su respuesta fue afirmativa, así que le conté sobre la investigación y accedió a participar, coordinamos un horario para realizar una entrevista por *Skype* un domingo que es el único día en que no trabaja, durando una hora y quince minutos.

Como mencione anteriormente realizar esta entrevista por este medio fue interesante porque descubrí nuevos aspectos de la vida personal de la entrevistada que no eran controlados. Julieta se encontraba en su casa, con su esposo e hijos en otra habitación, al no haber presencia física de un entrevistador, se presentaron situaciones que la entrevistada tenía que solucionar, por lo que se pudo conocer situaciones y factores que tal vez no serían contados con franqueza y claridad.

Fue importante como en algunas entrevistas después de haber pensado que se terminaría, las entrevistadas mostraron interés en el tema y con los apuntes que hicieron sobre la investigación se dio la opción de hacer nuevas preguntas, como afirma Cicourel (1980) en varias direcciones y seguidas de respuestas. Demostrando con ello que el trabajo de campo requiere una preparación teórica anticipada, pero en el momento de ser llevado a cabo aparecen nuevas luces que terminan siendo la realidad conductora de la investigación.

### 3.3 ¿QUIÉNES SON LAS EMPRENDEDORAS PARTICIPANTES DE LA INVESTIGACIÓN?

Describiremos de forma general las emprendedoras que se entrevistaron, cuyos nombres fueron modificados, procurando darles uno que correspondiera a una de las cualidades identificadas, sentidas y manifestadas por si mismas en la entrevista, para lo cual se buscó en internet nombres que significaran dichas cualidades.

#### **DANIELA**

La primera emprendedora entrevistada comenta que es una persona alegre, amigable y con mucha energía, por lo que en la investigación se le conocerá con el nombre de Daniela

que simboliza personas con alegría, comunicativas, comprensivas, amables, dispuestas a ayudar y con una gran energía.

Daniela nació hace 26 años en la ciudad de Medellín pero se mudó para Bogotá en el año 2013, vive con su novio quien es ingeniero de sistemas y también incursionó en la actividad emprendedora con un restaurante el cual ya no se encuentra activo. Su familia está compuesta por padres separados y una hermana, su papá es emprendedor y nunca vivió con ella, su mamá y su hermana son empleadas.

En diferentes momentos de su vida tuvo emprendimientos, cuando era pequeña vendía pulsera con las que se compraba dulces para compartir con sus amigos y cuando trabajaba como asistente de calidad vendía bolsos en sociedad con un amigo, ella realizaba el diseño y el los comercializaba.

Estudió tecnología en diseño de calzado y marroquinería, trabajó en una empresa de ropa reconocida en Colombia como asistente de calidad durante tres años, después fue a vivir a Bogotá y comenzó a trabajar en una tienda de ropa como administradora, sin sentirse conforme porque sus decisiones no eran tomadas en cuenta, por lo que decidió retirarse y crear su empresa de amigurumis, nueve meses antes de la entrevista, sin estar aún registrada legalmente y financiada con recursos propios.

La idea de vender el producto surgió porque realizó un muñeco para un regalo y vio el interés de más personas en comprar sus amigurumis, que son una tendencia o moda japonesa, que consiste en tejer pequeños muñecos mediante técnicas de crochet (actividad que aprendió de su mamá y abuela). Daniela manifiesta que los muñecos tienen un alma, siendo un producto con un significado espiritual y comercializado como decoración.

Su oficina se encuentra dentro del apartamento de un amigo, dividiéndose en residencia y dos oficinas, cuenta con una empleada que trabaja para las dos empresas ubicadas en el apartamento. La comercialización del producto se realiza únicamente por redes sociales, siendo entregados personalmente por Daniela, momentos en los que se ha encontrado con personas que demuestran actitudes poco positivas hacia ella, por su cuerpo totalmente tatuado y también le han manifestado no ver su actividad como emprendedora si no como un hobby.

Las orientaciones administrativas de la empresa son dadas por un amigo y el papá de su amigo que le asesoran y adicional a ello procura información en internet, por lo que en su narrativa informa que entre sus planes está acceder a formación académica enfocada en administración, para mejorar las falencias de su emprendimiento y tiene la expectativa de que en el año 2015 la empresa esté instalada en un sitio comercial, donde se produzcan y comercialicen más productos de decoración.

## **FERNANDA**

Se le conocerá en la investigación como Fernanda que significa valiente y audaz, dado que se considera visionaria y organizada. Tiene 25 años de edad es profesional en administración de empresas, vive con su esposo quien tiene nivel de formación secundaria, el desempeño laboral de él como enuncia la emprendedora es empírico, el papá de Fernanda es emprendedor y su mamá fue ama de casa hasta cuando sus hijas se formaron profesionalmente, pasando a estudiar contabilidad y asesorar empresas contablemente.

Fernanda define su empresa como familiar ya que junto con su esposo administra dos lotes propiedad de una tía que se los dio en arriendo, formando en ellos parqueaderos, estructurándolos como denomina la emprendedora “de forma empresarial”. Al momento de la entrevista el primer parqueadero que adquirieron estaba constituido hacía dos años y el segundo hacía un año, contando con implementos tecnológicos que fueron financiados con recursos de un anterior emprendimiento que era un café internet en sociedad con su esposo, pero cerraron para abrir este nuevo, dado tendrían mayores ganancias económicas.

Por su formación académica Fernanda ha orientado la estructura organizacional de la empresa y con asesorías de algunos amigos. Los parqueaderos funcionan 24 horas del día, con cuatro empleados operativos, estando la parte administrativa a su cargo y de su esposo.

Los clientes de los parqueaderos están definidos en conductores y organizaciones, el esposo se encarga de la comunicación con los primeros que son hombres y Fernanda con los clientes organizacionales que son las transportadoras o empresas que tienen varios carros, lo cual se debe a que por su género se presenta una limitante para con los primeros, por lo que pensando en posibles problemáticas decidió esta división de clientes como una estrategia comercial, también narra que debió cambiar su comunicación con los empleados, aunque no era acorde con su forma de ser, porque los empleados no seguían sus instrucciones (órdenes).

Narró que trabajaba y estudiaba al mismo tiempo, trabajó en un supermercado de su tía como supervisora y posteriormente en una empresa que comercializa proteína natural, dejando este empleo porque los parqueaderos estaban exigiendo su dedicación exclusiva. Sus expectativas a futuro son crear junto con su papá una empresa de arepas y adicionar tanto en el nuevo emprendimiento, como en el de los parqueaderos un servicio de lavado de carros con una tecnología que brinda bajos costos y rentabilidad.

## **NATALIA**

En la entrevista la emprendedora manifiesta su organización, planeación y la importancia de las relaciones, por lo que se le asignó el nombre de Natalia, que atribuye a las

características mencionadas. Tiene 29 años, es administradora de empresas y tiene maestría en planificación estratégica, brinda de forma independiente asesorías a empresas, vive con su esposo Venezolano quien es diseñador gráfico, sus papas son casados y trabajan hace más de 25 años en la misma empresa. Natalia anteriormente tuvo un emprendimiento “Expresiones<sup>20</sup>,” que consistía en decoración y presentes especializados realizados a mano, la cual fue creada desde que estaba en el colegio, pero debido a que solo ella desarrollaba el producto y requería demasiado tiempo, por ser un producto artesanal decidió no continuarlo.

Al igual que Fernanda trabajó en la empresa que comercializaba proteína natural, desde que dicha empresa fue creada, lo que le hizo pensar que si ella estaba creando y estructurando una empresa para otra persona, también lo podría hacer para ella misma, por lo que decidió mudarse a Venezuela y estructurar la empresa de su esposo “López Digital”, dedicada a diseño de páginas Web, la cual no contaba con una adecuada planeación. Pero al año de estar allí decidió volver a Colombia, creando la empresa “Grupo López” ofreciendo asesoría en planeación estratégica y marketing digital y un año después llegó su esposo, cuñado y un amigo de su esposo, siendo sus socios actualmente. La financiación del proyecto inicialmente fue con recursos propios, pero estaba pensando en solicitar financiación a entidades que apoyan la creación de proyectos productivos.

Los nichos de mercado de la empresa son Exporcolombia, universidades con centros de emprendimiento, emprendedores que tengan el apoyo de plan semilla y empresas que se estén estructurando, Natalia narra que ella realiza los contactos y la planeación de los proyectos y sus socios se encargan del desarrollo de soluciones TIC (refiriéndose al diseño de páginas, creación de dominios, de plataformas virtuales, entre otros). La oficina donde desarrollan las actividades de la empresa queda en la misma vivienda de los socios y ella, siendo un apartamento bastante pequeño, pero tienen expectativas de cambiar de oficina, así mismo entre los proyectos a futuro esta exportar los productos de Grupo López, crear una empresa virtual que funcione como plataforma de una red social de restaurantes vegetarianos, que permita compartir, calificar recetas y crear un sello de calidad para todos los restaurantes vegetarianos, siendo un referencial de calidad para los clientes.

## INÉS

El nombre Inés se atribuye a personas con adaptación, en la entrevista la emprendedora se describe como adaptable ante nuevas situaciones, por lo que le llamaremos

---

<sup>20</sup>Los nombres de las empresas son modificados en pro de mantener oculta la identidad de las entrevistadas.

así. Es formada en administración de empresas, tiene 32 años y vive con su hija de 11 años, siendo madre soltera, sus padres son separados, la mamá es pensionada, con el papá no tiene una relación cercana, su hermana es diseñadora, tiene novio quien es ingeniero civil, trabaja como gerente comercial y también tiene un emprendimiento de construcción. Inés narra que es muy poco el apoyo que su familia le da con respecto a su actividad emprendedora.

La empresa consiste en servicios de mantenimiento de ascensores, mediante un contrato entre el cliente y la empresa por un año, contando en el momento de la entrevista con 5 clientes. Inés realiza visitas comerciales en los edificios, por lo que va a pie o en bicicleta recorriendo zonas residenciales para ofrecer su servicio, deja una propuesta comercial por escrito en la portería, porque considera que por ser una mujer y joven no confiaran en lo que ofrece, solo después de ser contactada para negociar se presenta personalmente. No tiene una oficina, por lo que trabaja desde su casa o la de su mamá, tiene un empleado que realiza el mantenimiento de los ascensores, de tiempo parcial porque aún se encuentra trabajando otra empresa (la misma empresa donde ella trabajaba anteriormente).

Inés siempre quiso emprender para ser independiente y contar con mayor tiempo para su hija, pero no tenía una idea de que, solo en enero del 2014 tuvo la idea de negocio, al trabajar en una empresa de mantenimiento de ascensores en la que percibió que tenía muy buenas utilidades y prácticamente solo ella era quien administraba la empresa, pensando en crear su propia empresa con el mismo servicio, durante los siguientes tres meses realizó el plan de negocios y la constituyó legalmente el 13 de mayo del 2014.

Desde las instalaciones de la empresa donde trabajaba contactaba a los mismos clientes de esta, para ofrecerle el servicio pero con su nueva empresa, por lo que cuando la descubrieron fue despedida. Demandó la empresa por despido sin justa causa, recibiendo una indemnización con la que pudo financiar su negocio y comenzó a dedicarse exclusivamente a este. En el momento de la entrevista estaba pensando en buscar un trabajo de tiempo parcial, para el primer semestre del año y a la vez que implementar estrategias para conseguir estabilidad en su empresa.

## **CAMILA**

En la narrativa de Camila se describe su determinación, por lo que se le asignó este nombre, tiene 26 años de edad, es formada en administración de empresas y especialista en Gerencia social, vive con su esposo quien tiene formación técnica, Camila se encuentra en embarazo de su primer hijo, sus padres son separados y tiene cuatro hermanas, siendo Camila la única de la familia que se encuentra en la actividad emprendedora.

Trabaja en la coordinación de proyectos sociales de una multinacional y tiene un emprendimiento, constituido legalmente de distribución de dulces, se puede decir, que la constitución de su emprendimiento se da como una secuencia de actividades emprendedoras en toda su vida, ya que desde el colegio le gustaba tener su dinero y no pedir tanto para su mamá quien era madre soltera con cuatro hijas.

Debía trabajar para costear sus estudios y adicional a ello, comenzó a vender dulces y artículos de belleza de revistas, entre ellos chocolates, por lo que tuvo la idea de colocar en frente de la universidad, en la entrada del corredor de una casa venta de fresas de chocolate, lo cual solo podía realizar los sábados, que no trabajaba, al ver que era una actividad rentable y que alrededor habían muchos comerciantes con pequeños puestos, decidió crear una comercializadora que vendiera dulces a aquellos comerciantes y a la comunidad en general.

Para lo que se asoció con un profesor en la creación de su empresa, solicitando financiación en una entidad bancaria, pero en el primer mes de funcionamiento su socio le informo que no tenía tiempo para dedicarse a este, por lo que Camila decidió comprarle el 50% pagándole su parte en cuotas y contrato dos personas para que atendieran el establecimiento, siendo ella la encargada de la parte administrativa.

## **JULIETA**

Julietta simboliza dedicación, amor a la familia y creatividad, por lo que de acuerdo con el perfil de la emprendedora se asignó este nombre, nació en Valledupar pero desde el año 2006 se mudó para Bogotá para vivir con su esposo quien es Bogotano y sus dos hijos de 10 y 12 años, estudio diseño gráfico, pero solo se desempeñó en esta área por dos años trabajando para su papá quien tiene una empresa en este sector, dejándolo para mudarse de ciudad. Cuando se le pregunta de su entorno familiar afirma que no contó con el apoyo de sus padres, pero sí de su abuela quien se dedica a la elaboración y comercialización de manualidades y quien le enseño este arte.

Actualmente trabaja en atención al cliente y al momento de la entrevista había comenzado hacia 8 meses su emprendimiento de muñecos manuales, el cual aún no se encontraba registrado, inicialmente eran solo decoración de navidad, pero ahora está siendo para diferente tipo de decoración, trabaja como empleada de 8:00 a.m. hasta las 18:00, cuando llega a casa elabora los muñecos a la vez que realiza actividades de la casa, como limpieza, almuerzo del siguiente día, orientación de tareas de sus hijos, entre otras.

La idea de la comercialización de los muñecos se dio porque un año atrás había tenido que someterse a una cirugía del brazo, como consecuencia del trabajo repetitivo, por lo



que estuvo incapacitada y retomó las manualidades, como un hobby y al momento de venderlos, fue tanto el éxito de su venta que decidió publicarlos en Facebook y desde ese momento se encuentra desarrollando su emprendimiento. En su narrativa expone que siempre quiso tener un emprendimiento como un restaurante o venta de ropa afirmándolo como “lo más fácil”, explicando que es en lo que más piensan las personas para crear un negocio, pero que solo hasta ahora se sintió identificada con algo que realmente le gusta.

Sus expectativas son cuando reciba la pensión por incapacidad permanente de la empresa en la que trabaja retirarse, porque se siente estresada e inconforme y dedicarse solo a su empresa, colocando un local de venta de muñecos decorativos, materiales y cursos de actividades manuales, lo que se puede demorar un año más. Piensa que esta actividad, a pesar de ser repetitiva, no le perjudica su salud porque sigue todas las orientaciones médicas.

De acuerdo con la descripción anterior de las emprendedoras, se presenta de forma resumida sus principales características en el cuadro No. 3. Estando en la categoría de emprendedoras nacientes y nuevas, en un rango de edad de 25 a 44 años, con menos de 4 empleados y siguiendo un principio de diversificación en cuanto a aspectos personales de las emprendedoras y características de la empresa.

De forma general podemos describirlas como mujeres que nacieron en diversas ciudades de Colombia, pero viven actualmente en Bogotá, todas tienen un compañero sentimental, dos tienen hijos y una se encontraba en embarazo. Emprendieron por motivos como oportunidad y necesidad, tres de ellas tienen sus emprendimientos en sectores tradicionalmente femeninos y las otras tres en masculinos, cuatro de las entrevistadas son las únicas propietarias de sus emprendimientos y dos se asociaron con sus esposos. Solo dos de ellas, tienen un punto de venta o comercialización, las demás trabajan desde sus viviendas, vendiendo en redes sociales sus productos, tienen un historial laboral tanto satisfactorio como insatisfactorio, aún dos de ellas se encuentran trabajando como empleadas en otras empresas y una de ellas se encuentra en búsqueda de empleo, todas tienen en sus expectativas a futuro la sostenibilidad y crecimiento de su proyecto.

CUADRO 3 – CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS ENTREVISTADAS Y SU EMPRENDIMIENTO

Característica	Fernanda	Natalia	Inés	Camila	Julieta	Daniela
Sector predominante	Masculino			Femenino		
Edad	25 años	29 años	32 años	25 años	32 años	26 años
Ciudad de nacimiento	Boyacá	Bogotá	Bogotá	Bogotá	Valledupar	Medellín
Hijos	No	No	1	Embarazada	2	No
Estado civil	Casada	Casada	Madre soltera	Casada	Casada	Unión libre
Familia emprendedor	Padre, madre y tía	No	Abuela	No	padre	Padre
Formación académica	Administradora de empresas	Administradora de empresas y master en planificación estratégica	Administradora de empresas	Administradora de empresas y especialista en Gerencia Social	Técnica en diseño gráfico	Técnico en diseño de calzado y Marroquinería
Empleos satisfactorios	Si	Si	No	Si	No	No
¿Emprendimientos anteriores?	Si	Si	No	Si	No	Si
Motivo para emprender	Oportunidad	Necesidad y Oportunidad	Necesidad y oportunidad	Oportunidad	Oportunidad	Necesidad y oportunidad
Fuente de renta	Empresa	Empresa y asesorías	Empresa	Empresa y salario	Empresa y salario	Empresa
Tiempo de la empresa	2 años	2 año	11 meses	3 años	10 meses	9 meses
Legalizada	Si	Si	Si	Si	No	No
No. de propietarios	2	4	1	1	1	1
Orientaciones administrativas	Formación académica	Formación académica y capacitación	Formación académica y capacitación	Formación académica	No tiene	Internet y amigos
Financiación	Recursos propios	Recursos propios	Recursos propios	Crédito en banco	Recursos propios	Recursos propios
Número de empleados	4	0	1 por prestación de servicios	2	0	1 Compartido con otra empresa
Producto	Servicio de parqueadero	Asesoría en planeación estratégica y marketing digital	Mantenimiento de ascensores	Dulces	Muñecos de decoración	Muñecos de decoración hechos a mano
Medio de comercialización	Punto de venta, internet y visitas a empresas	Internet, redes, ferias de emprendimiento, universidades	Personal	Punto de venta	Redes sociales	Redes sociales
Espacio físico de la empresa	Parqueadero en Bogotá y Chía	Compartido con la vivienda de todos los socios	No tiene	Punto de venta	La misma vivienda	Apartamento: vivienda y dos oficinas

FUENTE: Elaborado por la autora.

## **4 MUJERES EMPRENDEDORAS EN COLOMBIA ¿UNA CUESTIÓN DE GÉNERO?**

En este capítulo analizamos las narrativas de las entrevistadas, comprendiendo los contenidos reflexivos que construyen para crear empresas, mantenerse en la actividad emprendedora y extraer de ella expectativas. Basándonos en la categoría de análisis género cuestionamos como sus reflexiones interactúan con las relaciones de género, específicamente la división sexual de trabajo y el concepto de reflexividad indagamos lo que las mujeres piensan y reflexionan al respecto.

Iniciamos por entender a partir de las experiencias narradas por las entrevistadas cómo la división sexual del trabajo influyó en sus decisiones para crear emprendimientos, en la permanencia y crecimiento de sus negocios y la reflexividad que realizan al respecto. Observamos en su actuar emprendedor los estereotipos, argumentos, reglas y valores que se construyen en torno de la orden simbólica social, política y cultural de lo femenino y masculino, traduciéndose en limitantes y barreras para ellas.

Finalmente, exponemos lo que las entrevistadas piensan y reflexionan sobre la actividad emprendedora, planteando expectativas para sí mismas, su familia y sociedad, decidiendo y realizando cambios en sus vidas para emprender y permanecer en la actividad enfrentando barreras vivenciadas en razón a las relaciones de género, reposicionando su rol social y transgrediendo configuraciones de la división sexual del trabajo.

### **4.1 DIVISIÓN SEXUAL DEL TRABAJO EN LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA**

Cardozo (2010) afirma que la actividad empresarial se relaciona con factores que son aprendidos en un proceso de socialización, de este modo, las relaciones de género vividas, sentidas, pensadas y reflexionadas por las entrevistadas influyen en su actividad emprendedora. Por lo que analizamos como las relaciones de género vivenciadas por las entrevistadas influyeron en su decisión para emprender y como producen dificultades para la permanencia y crecimiento de sus negocios. Indagamos la asignación y división de espacios y trabajos de acuerdo el sexo en el ámbito emprendedor, limitando y desvalorizando a las emprendedoras, reflejado en los procesos de financiación, administración, legislación y operación de la empresa, la inexistencia o flexibilización de políticas públicas que promuevan el emprendimiento femenino sustentable.

#### 4.1.1 Decisión para emprender marcada por relaciones de género

Giddens (2002) afirma que la pluralidad de decisión está directamente ligada a las relaciones con los otros, por lo que las decisiones de las entrevistadas se da en su interacción social con familiares, relaciones laborales, amigos, entre otros, en un contexto social, cultural, político y económico, en el que están influenciadas por diversos factores como los referenciales emprendedores, la educación y su desempeño laboral.

Vallmitjana (2014) afirma que la existencia de emprendedores estimula la aparición de nuevos, porque su visibilidad induce a la selección o creación de estilos de vida, de acuerdo con los ambientes específicos de acción. Lo que se identifica en las narrativas de las entrevistadas que expresan haber identificado modelos emprendedores en su trayectoria de vida, en padres, familiares, amigos, profesores, jefes, entre otros, reconociendo valores y ventajas de este trabajo, construyendo una percepción positiva motivándolas a emprender. Sin embargo, solo es mencionando un referencial femenino, generalmente los emprendimientos de mujeres son relacionadas al trabajo informal, sin reconocimiento y/o las empresas son identificadas como propiedad de hombres y no de ellas, lo que nos permite pensar que se sigue percibiendo simbólicamente como una actividad masculina.

Se refieren a los referenciales emprendedores con entusiasmo y admiración de modelos a seguir, tanto así que Daniela asiste videos sobre ellos, afirmando “son las historias que a mí me motivan, que a mí me gustan, entonces veo mucho ese tipo de videos”. Realizan una construcción subjetiva de lo que es y cómo es un emprendedor, intentando seguir una conducta exteriorizada por ellos, constituyendo una motivación para emprender y establecer su proyecto de vida.

Las entrevistadas narran la importancia de capacitarse, no necesariamente para trabajar como empleadas, sino para crear su propia empresa, se capacitaron en administración, diseño de calzado y diseño gráfico, áreas de participación mayoritariamente de mujeres, obteniendo niveles académicos técnico (1), profesional (3) y de postgrado (2), siempre en un nivel superior al de sus socios. Formación en la que tuvieron capacitaciones enfocadas en la creación de negocios, donde llegaron a desenvolver sus primeras empresas, en cumplimiento de evaluaciones y exigencias académicas, como fue el caso de: Camila quien en una feria emprendedora<sup>21</sup> de la universidad, inició su primer empresa que consistía en preparación y venta de fresas con chocolate y Natalia al

---

<sup>21</sup> Actividad en la que diversos estudiantes presentan sus proyectos de empresas.

realizar un plan de mercadeo, creó una empresa de decoración, siendo emprendimientos formulados para fines educativos y desarrollados para tener una segunda renta y continuar financiando sus estudios.

Esa formación académica enfocada en la creación de negocios nos permite pensar que la ley 1014 de 2006 es una política educativa, en búsqueda de dar solución a un contexto de desempleo y pobreza promoviendo la creación de empresas, afectando el proceso de decisión para emprender. Sin embargo, cabe cuestionarnos ¿Sí esta política educativa es efectiva en la manutención y crecimiento de empresas?, lo que será analizado más adelante.

Como afirma el GEM (2014) la formación académica proporciona conocimientos para la abertura y manutención de empresas, lo que indica una relación directa entre educación y emprendimiento, en que al obtener conocimientos generan procesos de mudanzas en las percepciones para emprender que son construidas por discursos con aspectos positivos sobre sí mismas, en cuanto a la superación de desigualdades y desafíos, objetivándose como empresarias.

En sus experiencias laborales, actividades y posibilidades profesionales se percibió que existen factores que influyen en la decisión de crear empresa. En una primera situación están quienes identificaron y reconocieron mediante su trabajo habilidades y capacidades con las que sienten confianza para emprender y en una segunda situación quienes son motivadas a crear emprendimientos para solucionar una problemática vivida como empleadas y a los desafíos del mercado laboral que es cada vez más excluyente y competitivo. En el primer escenario encontramos tres entrevistadas que afirmaron tener empleos “satisfactorios” en que obtuvieron aprendizajes e identificaron habilidades, que las motivaron a crear su empresa, como Natalia:

Bueno si le estoy ayudando a hacer eso a él ¿porque yo no lo puedo hacer conmigo?...estaba muy contenta me encanta [...] me encanta esa empresa, pero me apasiona mas ser independiente, luchar, por algo propio, por la meta personal. (NATALIA).

En el segundo escenario están quienes en el ámbito laboral enfrentaron desigualdades que obedecen a la tradicional división sexual del trabajo, como la asignación de actividades rutinarias, de paciencia, cuidado, dedicación, como Julieta que durante años ha trabajado realizando una actividad repetitiva, ocasionándole un desligamiento en su brazo, la imposibilidad de acceder a cargos jerárquicos como Daniela que afirma “yo veía que entraba y salía gente de diseño y era el amigo de este, el primo de aquel no sé qué y yo como que... ¿yo para cuándo?”,

entre otras desigualdades como horarios extenuantes, sobrecargas, nula participación en la toma de decisiones, temor de ser despedida y sentir que su tiempo fue perdido.

Con lo que se afirma la teoría de marginalización en la que determinados grupos al estar en una segmentación social como la división en términos de género, pueden encontrar en la actividad emprendedora una opción profesional, de reconocimiento e integración social. (VALLMITJANA, 2014), buscando reencontrar un lugar de sí, de seguridad, de providencia y de futuro, entre otras posibilidades.

En el primer escenario se encuentran están quienes tienen formación profesional, siendo contratadas para cargos de planeación y organización empresarial en condiciones relativamente mejores que las que están en el segundo escenario y tienen formación en nivel tecnológico, vivenciando dificultades como empleadas y contratadas para trabajos rutinarios, asistenciales o de atención al cliente y sin beneficios. Lo que refleja una segregación por cualificación profesional, las mujeres altamente cualificadas obtienen mejores remuneraciones y posibilidades y otro de no cualificadas que ocupan empleos mal remunerados y no valorizados, lo que es pensado y reflexionado por ellas “yo tenía una tecnología de pronto era como dos escalones menos que la diseñadora de modas”. (DANIELA).

En los discursos de las entrevistadas analizamos que a partir de la construcción subjetiva que realizan sobre la actividad emprendedora y la reflexión de sus experiencias laborales y formación académica, perciben objetivos y valores que les hace repensar su presente, considerando que sus expectativas podrán ser alcanzadas al emprender, lo que no sucedería si continúan trabajando como empleadas, debido a las desigualdades de la tradicional división sexual de trabajo.

En este sentido, en la circulación de posibilidades que entendemos en sus agencias reflexivas, ellas deciden emprender como parte de una nueva reflexividad en relación a sus expectativas de futuro, aspectos que envuelven comenzar, cerrar, revisar, intentar, conocimientos, apropiación tecnológica, inversión y construcción de nuevos espacios de trabajo.

#### **4.1.2 Diferencias, divisiones y límites “invisibles” traducidos en desigualdades**

En la actividad emprendedora Colombiana la participación femenina es menor que la masculina, encontrándose en actividades y sectores tradicionalmente femeninos como servicios,

manufactura y comercio (RODRIGUEZ; SANTOS, 2008), enfrentando dificultades para lograr crecimiento en cuanto a ventas y número de empleados. (BANCO MUNDIAL, 2010). Lo que indica que se presentan discursos y argumentos que reproducen la división sexual del trabajo que asignan el lugar y posibilidades de hombres y mujeres.

Siguiendo los dos principios de la división sexual del trabajo expuestos por Molinier (2013), en el emprendimiento se presenta la separación de trabajos realizados por hombres y mujeres, emprender es percibido como tradicional de lo masculino y cuando las mujeres lo hacen se parametriza y limita su espacio de participación, de acuerdo con lo permitido y valorado para su sexo, estableciendo una división entre las actividades y sectores de lo “masculino” y “femenino” y el segundo principio la jerarquía de trabajo, dado que la actividad de los hombres tiene mayor valoración social, tecnificación, rentabilidad y crecimiento a diferencia de las mujeres que le son asignadas actividades que responden a sentidos de cuidado, dedicación, paciencia y sin crecimiento empresarial. La dificultad que han tenido las mujeres para participar en la actividad emprendedora, es reconocida por Inés:

Yo creo que las mujeres por la historia misma del país y de la conducta financiera del país, nunca se han arriesgado, son pocas las que se arriesgan en emprender una idea de negocio. (INÉS).

Siendo Inés, una mujer que se considera feminista y tiene un pensamiento crítico sobre la posición de la mujer en la sociedad, en su relato reflexiona acerca de su exclusión histórica y social, indicando que las emprendedoras han comenzado a incursionar condicionadas por su entorno:

Fuimos dedicadas a hacer actividades de menor riesgo y a veces no podemos incursionar en actividades que son predominantes de los hombres y las mujeres comenzamos a competir pero como en un ramo diferente. (INÉS).

Inmersas en un sistema simbólico de lo masculino y lo femenino que determina y limita el lugar que debe ser ocupado por la mujer en casa y el hombre en la empresa, en un conjunto de relaciones de género, que influyen en la decisión y posibilidades de crear empresa en determinada actividad y sector, enfocándolas a participar en lo que les es más asequible. Los emprendimientos de las entrevistadas que corresponderían a la categoría de femeninos son la elaboración manual

de productos de decoración y comercialización y en la de masculinos la administración de parqueaderos, reparación y manutención de ascensores y asesoría en planeación estratégica.

Las entrevistadas que crearon empresas en sectores considerados femeninos, presentan una continuidad de aprendizajes transmitidos por otras mujeres desde pequeñas como la elaboración de artesanías que las guían hacia estos, utilizando sus habilidades, aptitudes y conocimientos manuales en una opción para emprender. Afirmándose el postulado de Zaidman (2009) de que las actividades aprendidas en la infancia conducen al trabajo de las mujeres, tratándose de una formación de las actividades de cuidado, en que se enseña “as meninas na categoría denominadas mimar e cuidar físicamente”. (ALMEIDA et. al., 2008, p. 437).

Mi abuela tejó toda la vida y mi mama siempre me regalo cosas para hacer. (DANIELA).

Cuando estaba niña le ayudaba a mi abuela, yo veía a mi abuela no sé qué y yo le ayudaba a ella bueno si con lo más normal ella me decía mire ayúdeme a hacer esto o hacer lo otro, luego yo entre en un colegio de monjas y en el colegio pues me enseñaron hay manualidades. (JULIETA).

Realizando una transferencia de conocimientos y sentidos entre mujeres, que simbolizan valores de amor, cuidado, paciencia, reproduciendo la división sexual del trabajo, que es sentida e interiorizada por las entrevistadas como si fuera una realidad natural afirmando “es que este trabajo es netamente femenino” (DANIELA). Demostrando que su vivencia social ha sido fundamentada, en afirmar como verdadera esa asignación de lo que es del hombre y de la mujer.

Las entrevistadas que están en actividades tradicionalmente masculinas también responden a los factores de su entorno, historia de vida, formación académica y laboral, en el caso de Natalia y Fernanda su formación en administración de empresas les llevo a emprender e Inés a partir de su experiencia laboral, implementó el mismo negocio de la organización en la que trabajaba, transgrediendo incluso normas éticas, al tomar los clientes de la anterior compañía para su nueva empresa, justificando que la anterior no le ofrecía un adecuado servicio a los clientes y en su empresa si lo tendrían.

Las emprendedoras que trabajaron en áreas asistenciales y servicio al cliente crearon emprendimientos en sectores de poco crecimiento y sostenibilidad, a diferencia de las que trabajaron en cargos de planeación y organización empresarial. Por lo que así como las entrevistadas con formación profesional ejercieron cargos laborales con expectativas de



desarrollo profesional, a diferencia de quienes tenían formación técnica o tecnológica, presentándose una relación entre calificación académica y posibilidades en el mercado laboral, también se relaciona la calificación académica y las experiencias laborales en la decisión de ser empresaria y el sector en que emprenden.

Las relaciones de género intervienen en el crecimiento empresarial y permanencia en la actividad, reflejado en las diferencias entre los emprendimientos de las entrevistadas que están en actividades y sectores que corresponden a la categoría de femeninos y la de masculinos. Los emprendimientos en la primera categoría tienen un margen de utilidad por producto reducido, poco crecimiento y un (1) o ninguno empleado, rentabilidad de un salario mínimo legal vigente<sup>22</sup> y dos de ellas continúan paralelamente con otro empleo que les proporciona su principal renta. Por lo que a pesar de manifestar sentirse identificadas con su actividad y motivadas a continuar emprendiendo, reflexionan sobre el futuro de la empresa, pensando en implementar nuevos servicios y productos para alcanzar los objetivos económicos planteados. Situación que fue anteriormente vivida por Natalia obligándola a liquidar su emprendimiento y luego de unos años retomar la actividad con otro producto.

Lo contrario sucede con los emprendimientos que están en actividades consideradas “masculinas” que reciben mayor rentabilidad y generan en promedio 4 empleos por empresa, a excepción de Inés que obtiene una retribución económica por servicio considerable, pero no tiene suficientes clientes para dar crecimiento y continuidad a su empresa, por lo que al momento de la entrevista se encontraba contemplando la posibilidad ejercer otro empleo paralelo.

En este sentido, las entrevistadas que emprenden en actividades tradicionalmente femeninas no consiguen obtener el mismo crecimiento organizacional que las que están en las consideradas masculinas. Diferencia que responde a la división sexual del trabajo en que es más valorizado las actividades masculinas, sin embargo quienes tienen emprendimientos en esta categoría enfrentan diversas dificultades en razón a su género, como se explicará más adelante.

Encontramos así que en el ámbito emprendedor se generan continuamente diferencias y divisiones entre los espacios, sectores y actividades de lo considerado socialmente como femenino y masculino, que se traducen en desigualdades y limitantes en la entrada y permanencia de las mujeres en la actividad emprendedora.

---

<sup>22</sup>Salario mínimo legal vigente US\$253 mensuales, cifra que varía con la connotación del dólar.

### 4.1.3 Creando la empresa en un sistema de relaciones sociales gendrificadas

De acuerdo con la categorización del GEM (2014) los emprendimientos de las entrevistadas están en la etapa de nuevos, es decir, creados en un tiempo de 3 a 48 meses, no todos están legalizados y en algunos casos su legalización se realiza en sociedad. Las entrevistadas no conocen o no han accedido a políticas públicas y/o programas que apoyen el crecimiento de sus empresas las cuales son pequeñas en cuanto a infraestructura, rentabilidad y número de empleados y en algunos casos las decisiones de las entrevistadas son tomadas en pro de lograr un equilibrio entre las actividades productivas y reproductivas, que siguen siendo consideradas por ellas y sus familiares como una responsabilidad única de las mujeres.

Dada esta descripción de los emprendimientos, expondremos a continuación cómo se presentan las relaciones de género, las posibilidades y barreras que viven las entrevistadas en la creación y estructuración de la empresa.

#### 4.1.3.1 Connotaciones de la legalización

La situación legal de la empresa y su proceso connota posibilidades, decisiones e identidad como empresaria, lo que analizaremos a continuación. Dos de las entrevistadas informaron que no han legalizado su empresa, siendo las que se dedican a la elaboración y comercialización de productos manuales, dos las legalizaron como únicas socias y representantes legales, que son la empresa de distribución de dulces y la de reparación y mantenimiento de ascensores y las otras dos se encuentran registradas en sociedad, siendo las empresas de asesoría y parqueaderos.

Al momento de la entrevista las entrevistadas que no habían legalizado su empresa, afirmaron que era debido a los costos del proceso e impuestos que deberían asumir, adicionalmente, como afirma el Banco Mundial (2010) en la mayoría de los casos no hay conocimiento adecuado y oportuno del trámite, convirtiéndose en un círculo vicioso, dado que cuando sus empresas no tienen legitimidad, los contratos con clientes y proveedores son más informales, siendo una desventaja, un riesgo y una limitante.

Lo que es percibido y pensado por quienes legalizaron su empresa, expresando que la legalización les genera mayor confianza a sus clientes, proveedores y vislumbran posibilidades

futuras de acceder a apoyos gubernamentales. No en tanto, también informaron que representó un reto asumir una responsabilidad económica en el pago de impuestos, sin embargo tenían nociones para realizar el proceso. Lo que indica que la falta de conocimiento sobre la legalización se puede presentar en una población específica, pero no en todas, factor que se identificó en esta investigación por tener una muestra homogénea, entendiendo que estas barreras tienen una relación directa con las posibilidades de las entrevistadas de acceso al conocimiento.

Las sociedades constituidas en sociedad fueron junto con sus esposos y otros familiares, afirmando el presupuesto de Amorrós y Pizarro (2006) que en los emprendimientos de mujeres, es usual un número de socios menor y que busquen en parientes sus primeros socios. Solo una de las entrevistadas estableció sociedad con una persona externa a su familia disolviéndose posteriormente, convirtiéndose en única propietaria, lo cual realizó como una opción para obtener la aprobación crediticia de un banco y poder financiar su proyecto.

Podemos pensar que la constitución de las empresa en sociedad es una de las circunstancias por las cuales las estadísticas registran pocos emprendimientos femeninos, ya que cuando hay mayor representatividad de sus socios masculinos, no se indica a las mujeres como empresarias, como en la empresa de Natalia en la que su empresa esta registrada con el nombre “Grupo López” correspondiendo al grupo de trabajo y apellido de su esposo, quedando ella totalmente invisible.

La constitución legal de las empresas connota una identidad como empresaria que se encuentra en sus relatos, como en el Natalia en el que se encuentran confrontaciones entre la propiedad o no de la empresa, corrigiendo sus expresiones “Mi empresa, bueno nuestra empresa” “fui yo quien hizo todo eso, la planeación bueno... no solo yo, con la ayuda de todos ellos”.

Situación que es pensada por quienes legalizaron o tienen perspectiva de formalizarlas como únicas socias, manifestando que no quieren perder su visibilidad como empresarias:

Desaparecemos del emprendimiento porque dejamos que los hombres se hagan cargo, ya no me ven a mí porque yo estoy encerrada en una pieza tejiendo, trabajando y él me está administrando a mí, él me está pagando, entonces se comió mi empresa. (DANIELA).

El hecho de sentir pleno control sobre su empresa implica una simbología de propiedad que se traduce en confianza y satisfacción en su deseo de ser empresaria:

Si a mí me llegan a echar de [...] yo cojo [...] me ha hecho al hombre y me voy con () a mí nadie me puede echar de mi propia empresa olvídate, porque es que yo soy mi empresa. (DANIELA).

En que se altera la identidad de las entrevistadas como individuo, desarrollando una relación con su empresa, afirmando que su evolución profesional se da simultáneamente con la de la empresa, “ya creció la responsabilidad y así mismo, tienes que crecer como empresaria”. (FERNANDA). Lo que se da de acuerdo con las circunstancias, teniendo diferentes connotaciones dependiendo de cada caso.

Por otro, lado las entrevistadas que trabajan en sociedad piensan en posibilidades al compartir responsabilidades, ganancias y riesgos, denominando el trabajo de sus socios como “un complemento”. La decisión de asociarse es pensando en las barreras que confrontarían, como una acción estratégica en beneficio del crecimiento y posicionamiento de la empresa en el mercado, como Fernanda que al iniciar su empresa se asoció con su esposo quien se encargó de la operatividad e interacción con el cliente, mientras ella se encargaba de la parte administrativa, por percibir y pensar que el hecho de “ser mujer podría afectar su credibilidad”, expresión que se repetirían en más de un relato.

#### 4.1.3.2 Equipando la empresa: en un sistema de “apoyo” invisible o de “flexibilización”

La inversión que las entrevistadas realizaron para sus empresas ha sido baja, recurriendo a liquidaciones, indemnizaciones, ahorros y solo en un caso se solicitó un crédito a entidad financiera. Al indagar sobre sus decisiones con respecto a los medios de financiación de su proyecto emprendedor encontramos que no tienen información sobre políticas públicas, programas de apoyo o de financiamiento para la creación de empresas y los que conocen no son percibidos como oportunos y/o sienten temor de adquirir créditos financieros, expresando que no proporcionan un beneficio real y no siempre tienen la posibilidad de acceder a estos por requisitos que deben cumplir.

Como afirma la secretaria distrital de la mujer (2013) los impulsos a través de créditos y capacitaciones son para la conformación de PYMES con bajos niveles de ingreso y sin proporcionar competitividad a nivel global. Constatándose que las políticas públicas enfocadas en el emprendimiento femenino, esencializan el hecho de que las mujeres sean determinadas a pequeños y medianos negocios, implementando programas que incentiven la creación de empresas, como una solución en situaciones de vulnerabilidad y carencia económica y no como una opción de proyecto de vida, de crecimiento económico y/o un proceso emancipador.

Lo que indica que así como en los años 1980 se crearon modalidades de trabajo en pro de la “flexibilización de condiciones laborales” en las que se reproduce la imposibilidad de la mujer para acceder a cargos directivos y permanencia en ellos, igualmente sucede con las opciones de financiación que se implementan para promover el emprendimiento femenino “flexibilizando la actividad emprendedora de las mujeres”.

Flexibilización que se da con el apoyo enfocado únicamente a la creación y manutención de pequeñas empresas en que las mujeres continúen compatibilizando sus responsabilidades productivas y reproductivas, pero más que todo en este último, optimizando los papeles de las madres encargadas del hogar, basadas en actividades tradicionalmente femeninas como costura, limpieza, artesanías, tejidos, lavandería, reproduciendo la división sexual del trabajo, en que continúan con mayor responsabilidad que los hombres en lo reproductivo. Con lo que se genera un techo de cristal, impidiéndole tener emprendimientos de crecimiento y posicionamiento en el mercado. Sin considerar que con estas acciones se incrementan su carga de trabajo. (CASTILLO; ESPEJEL; HERNÁNDEZ, 2013).

Otro motivo por el que las entrevistadas no acceden a créditos financieros es porque sienten temor de no tener capacidad económica para pagar, prefiriendo recurrir a ahorrar para crear sus empresas, únicamente Camila solicitó crédito a una entidad financiera, debiendo asociarse, porque su socio sí contaba con los requisitos para acceder al crédito. Así que como afirma Junquera (2004) las mujeres generalmente tienen más dificultad para presentar garantías y adquirir créditos.

Las inversiones que se ejecutaron fueron para compra de materia prima, realizar el producto o servicio, tener su salario en los primeros meses, publicidad, implementación de tecnología y arriendo del lugar de comercialización. Los aspectos en que menos se requirió inversión fue en tecnología, dado que solo dos de las entrevistadas implementaron herramientas tecnológicas como fueron computadores, páginas Web y sistema de seguridad, estando en los emprendimientos que fueron conformados en sociedad, a lo que una de las entrevistadas afirmó que era su esposo quien tenía los conocimientos sobre tecnología, identificándose que el acceso a esta sigue siendo más asequible para los hombres.

En cuanto a la estructura física de la empresa solo se requirió financiación para adaptar un terreno deshabilitado en parqueadero y para el arriendo de un local para la distribución de

dulces, las demás emprendedoras iniciaron y realizan sus actividades dentro de sus casas, compartiendo el espacio del hogar y empresa, aspecto que será analizado a continuación.

#### 4.1.3.3 Emprendiendo y cuidando

En los relatos de las entrevistadas se identificó que las actividades reproductivas no influyen en su decisión de emprender, pero cuando tienen empresa perciben libertad en su tiempo, lo que les permite compatibilizar el cuidado de sus hijos, siendo vistos y denominados como beneficios, en este sentido, aunque no influyen en decisión para ser emprendedora, si lo hace en las condicionantes de la empresa y en su crecimiento.

Chabaud y Fougeyrollas-Schwebel (1987) afirman que la compatibilización de trabajos profesionales y del hogar no demuestra separación alguna en los diferentes tiempos sociales, sino que continúa reproduciendo la tradicional división sexual del trabajo, determinando a las mujeres a actividades de cuidado y los hombres a las de justicia y derechos. (GILLIGAN, 1982).

Reflejado en la estructuración del “espacio físico hogar y empresa” en el mismo lugar físico, lo que en algunos casos es decidido por las entrevistadas para conciliar las actividades de lo productivo y lo reproductivo, cuidando de sus hijos a la vez que trabajan, incluso quienes cuentan con un establecimiento físico y no tienen hijos, pero los desean, piensan en un futuro poder compatibilizar estos dos ámbitos. Podemos realizar una semejanza con el ejemplo citado por Tabet (2005) en el que las mujeres que realizaban sus actividades de pesca y recolección llevan a sus hijos en sus espaldas, mientras que los hombres salen a trabajar sin responsabilidad alguna, demostrando que las entrevistadas siguen teniendo que realizar simultáneamente lo productivo y lo reproductivo, debido a que se continua considerando el cuidado como una actividad única y exclusiva de las mujeres.

Inés quien es madre soltera asume sola la crianza de su hija sola y Julieta expresa que su esposo le “ayuda con las cosas de la casa”, como si se tratara de un favor y no de una responsabilidad de él y en la narrativa de su rutina del día a día, se percibe que solo ella se encarga del hogar e hijos, situación que se presentó en el momento de la entrevista, debiendo dar cuenta de la entrevista y las actividades de la casa, aunque su esposo se encontraba en la vivienda. Ante lo que ella con orgullo justifica como hacer mil cosas a la vez:

Yo estoy aquí cosiendo entonces ellos me van diciendo, mientras que yo estoy aquí haciendo alguna cosa, ellos me van mostrando y me van diciendo y las vamos haciendo, cuando ya veo que definitivamente no, entonces ya Alejandro les ayuda y en lo de la casa sí tengo mucho trabajo ellos me ayudan. (JULIETA).

Pero cuando las decisiones de la empresa como el espacio físico, no se da en respuesta a los intereses de la misma, puede ser perjudicial, lo que ha comenzado a ser pensado por las entrevistadas, decidiendo organizan un plan de actividades en horarios, reglas y protocolos que cumplirían si estuvieran fuera de sus casas e incluso buscando un nuevo lugar, como Daniela que en su casa se encargaba de las actividades del hogar hasta el mediodía, luego realizaba un producto y a las cuatro de la tarde que llegaba nuevamente su compañero dejaba de trabajar, sin realizar los productos mínimos que le eran demandados, lo cual fue reflexionado por ella, decidiendo tener un nuevo espacio físico para su empresa, en el cual se exigiera y cumpliera los objetivos organizacionales:

Entonces ya salgo, ya cumplo un horario, ya si él se quiere quedar arrunchado yo le digo no que pena yo tengo un trabajo, que me (...) si no llego a las 8 o 9, entonces no que pena me voy. (DANIELA).

En los relatos de las entrevistadas se percibieron sentimientos de cuidado y preocupación por sus familiares, pensando constantemente en ayudar a su familia por medio de su actividad de diversas maneras, entre ellas brindándoles oportunidades laborales, antes que a terceros, cumpliendo el presupuesto de Tronto (1997) en el que expone que para el ser humano es más fácil hacer favores para quienes está en un relacionamiento cercano.

Tronto (1997) afirma que el cuidado no se refiere solo a las actividades dentro del hogar, sino que se presentan también en otras extensiones, saliendo del espacio de la intimidad para el ámbito político y social, lo que se identifica en el interés de las entrevistadas por brindar satisfacción a sus clientes y generar felicidad, resaltando el cuidado y atención para con los otros. (GILLIGAN, 1982).

Así como afirman Fuentes y Sánchez (2010) las mujeres son exigentes a la hora de trabajar y dedicar tiempo en pro de buenos resultados, teniendo una presión moral/social por su papel en el mantenimiento de valores en familia, que pueden relacionarse con la percepción de mayor responsabilidad y disciplina, como Daniela quien piensa que con su trabajo transmite energías positivas, por lo que cuando no puede controlar sus emociones debe interrumpir la

elaboración de sus productos “si estoy de mal genio llego y paro”. Encontrándose sentimientos, pensamientos y acciones en una esencialización de lo femenino en respuesta a los estereotipos y reproducción del cuidado como una actividad que debe ser realizada por la mujer de forma moral, deseable y virtuosa, actuando y desarrollando características e ideas sobre racionalidad crítica y exigencia de sí mismas en la elaboración de sus productos.

En los discursos de las entrevistadas se ha analizado que la actividad emprendedora es marcada por relaciones de género que dividen el trabajo femenino y masculino, diferenciando y delimitando la participación de las mujeres, orientando su decisión por emprender, el sector de operación, la estructura de la organización y perspectivas de futuro.

La constitución legal, estructuración administrativa, financiera y física de la empresa tiene connotaciones de propiedad e identidad como emprendedoras y se genera su visibilidad social. Sin embargo, se presentan ante dificultades y barreras en razón a su género, reproduciendo la desigual división sexual del trabajo, manifestada en la falta de políticas públicas que respondan a sus necesidades y expectativas de permanencia y crecimiento organizacional y en la constante necesidad de compatibilizar su trabajo productivo y reproductivo.

#### 4.2 DÍA A DÍA DE LAS EMPRENDEDORAS: ACTIVIDAD MARCADA POR LA ORDEN SIMBÓLICA DE LO FEMENINO Y LO MASCULINO

El estudio GEM (2014) afirma que la aceptación sociocultural en Colombia de las mujeres (78%) es superior a la de los hombres (75%), pero en la narrativa de las entrevistadas se genera controversia al respecto, apuntando a que la cultura de los negocios sigue siendo predominantemente masculina reproduciéndose la estructura desigual, en que se presentan barreras y limitantes para las emprendedoras. Por lo que observaremos como la orden simbólica de la construcción social relativa a lo masculino y femenino interfiere en la actividad emprendedora de las entrevistadas.

En sus relatos se identifica que la estructura social y la concepción cultural colocan el emprendimiento femenino, como una actividad sin reconocimiento económico, ni posibilidades de emancipación, pensando en las mujeres fuera del mercado y de la economía.

Y tú aparte de esto ¿qué haces? Yo no es que yo quiero hacer empresa, dicen eso es un hobby y eso te da para comer y que dice tu novio, no estas todo el día en la casa...Soy la mujer linda de la casa y esto que yo hago es súper femenino, pero es



el hobby, dicen es que eso es lo que a usted le gusta ese es el hobby, eso no es empresa. (DANIELA).

Presentándose relaciones imbricadas de lo femenino en lo privado, sin considerar la actividad de las mujeres como “emprender”, sino como algo alternativo, sin valor, fuera de lo productivo. Reproduciendo una invisibilidad de las emprendedoras y continuando el discurso de que su trabajo tiene menor valor que el de los hombres, tal es el caso de Fernanda, quien siente que su actividad es percibida por los clientes como trabajo asistencial, al servicio del verdadero empresario, que es el hombre, es decir su esposo:

Siento que son conmigo son más no sé más reacios, más limitados, que con mi esposo entonces a mi esposo siempre lo buscan para los problemas que hayan sucedido entre el parqueadero o para decirle algo bueno, pues porque si lo ven a él como la cara del administrador del negocio. (FERNANDA).

Relato en el que se analiza que el hombre es considerado y reconocido socialmente como emprendedor y no las mujeres, limitando su participación en la actividad e invisibilizándolas, basándose en preconceptos e imaginarios sociales sentidos por las entrevistadas, entre ellos el pensamiento de los clientes de que ellas no cuentan con capacidades para ofrecer productos de calidad por su sexo y que por ello en ocasiones no tienen la iniciativa e intención de establecer contratos comerciales.

No me voy con tal empresa porque al frente hay un hombre que me genera no se mayor amistad o afinidad entre los mismos hombres y a veces no te ven o yo he sentido así, no me ven como tan serio cierto como realmente en la cual confiar. (FERNANDA).

Cuando Fernanda pensó y sintió que por el hecho de ser mujer sus clientes no confiarían en ella y preferirían negociar con otra empresa en que estuviese encargado un hombre, decidió que su esposo trabajara en la operación del negocio y contacto con el cliente y ella de la administración del negocio. En lo que se continua la simbología de lo femenino de lo que puede hacer o saber una mujer, considerando que no puede saber nada de carros y por eso no se le confiarían a su cuidado, siendo un trabajo considerado solo para hombres. Adicional a ello, Fernanda pensó que al ser sus clientes hombres, se podría confrontar con situaciones de “desconforto” prefiriendo tener distancia de ellos, como si el hombre tuviese total libertad en sus pensamientos y acciones en lo público y la mujer tuviera que continuar en lo privado para evitar acciones de violencia.

Otro preconcepto que viven las entrevistadas es el pensamiento de sus clientes que por sus actividades reproductivas no estarán comprometidas, como si su actividad empresarial, fuera en verdad una extensión del mundo doméstico. Daniela expresa “Soy la mujer más emprendedora del mundo y una persona un tercero que quiera hacer negocio conmigo, va a decir no pero ella queda en embarazo y abandona el barco, no”, con lo que se reproduce el discurso de que la mujer debe ser la única responsable de las actividades reproductivas y que por eso no son aptas para establecer negociaciones, a diferencia del hombre totalmente libre y autónomo en sus decisiones.

Bergamo (2004) afirma que la vestimenta de hombres y mujeres se refiere a cómo deben expresar sus papeles de género, características y atribuciones permitidas en una situación social, debiendo mantener el compromiso de la posición social que representan. En el caso de las mujeres su vestuario ha tenido la tendencia de transmitir características de feminidad y estética, por ejemplo, los zapatos altos y faldas connotan la simbología de fragilidad y delicadeza. (ANJOS, 2010).

Lo que se identifico en los relatos de las entrevistadas, existiendo la concepción social de que las mujeres deben ser sutiles en su forma de vestir, elegantes, conservadoras, femeninas. En que su credibilidad como empresaria está sujeta a la representación de su vestuario. Por lo que las entrevistadas se encuentran en la necesidad de estar arregladas y “ser femeninas”, respondiendo a patrones y a la reproducción de símbolos culturales que evocan representaciones sociales, en que sus conceptos normativos posibilitan y/o limitan su actividad emprendedora.

Yo siempre ando en tacones en minifalda y pues como debo ir a presentarme ante un cliente porque además no me van a creer si llevo en valetas e jean, obviamente no me van a creer porque la imagen habla mucho... y que me vea más grande y más seria (INÉS).

En su relato Inés identificó que sus clientes solo creen en su trabajo, sí su presentación física es compatible con los patrones sociales del ser empresaria, por lo que actúan en pro de ello. Ella se transporta en bicicleta y participa en grupos de ciclismo, en los que tienen como interés demostrar que este medio de transporte no significa pobreza, sino que es una opción saludable para sí misma, para el medio ambiente y que merecen las mismas condiciones de agente de movilidad que otros conductores. Pero antes de llegar donde sus clientes debe buscar un lugar para parquear su bicicleta, sin ser vista por ellos, lo que sería negativo para su imagen de empresaria, porque podrían pensar que sí se moviliza en este medio no tiene la estabilidad

económica para ser realmente una empresaria, debiendo aprender a movilizarse en bicicleta con zapato alto, ropa y cabello adecuado como “una empresaria”.

Como afirma Bergamo (2004) el vestuario remete a una orden de privilegios, en que las ropas constituyen indicadores de como son vividos los diferentes posiciones sociales dentro de una sociedad, siendo usado para revelar identidades de clase y género. En este sentido, existe un imaginario de lo que es ser empresaria en una relación entre clase, estatus y estética femenina, que reproduce un simbolismo, relacionando los valores femeninos con los del ser empresaria a su presentación física, es decir, a la forma como el sexo femenino debe vestirse y comportarse.

Daniela quien tiene su cuerpo tatuado, manifiesta que vive situaciones en que sus clientes no sienten agrado o se encuentran ante la dicotomía de como una mujer con su apariencia física puede ofrecer un producto que envuelve una simbología de amor, cuidado, atención. Sin embargo, Daniela afirma que no puede ocultar de forma ninguna sus tatuajes<sup>23</sup>, además, considera que modificando su imagen física, los clientes no van a identificarla como empresaria, porque sigue siendo mujer:

Es muy difícil porque no solo como mujer es como mujer joven, si no que estoy súper tatuada, súper perforada (...)aquí le estoy dando la cara al cliente y soy la única cara de la empresa y es la única cara que tengo y es difícil como mujer porque “hay si la niña que está emprendiendo, hay sí, hay la que trabajaba en ventas”, en cambio un hombre se pone una camisa, se pone un pantalón, unos zapatos y ya, en cambio una mujer se puede poner como toda una ejecutiva y siempre va a ser una mujer. (DANIELA).

Aunque se cumplan parámetros de lo que es ser emprendedor, existen estereotipos que limitan su actividad por su sexo, por lo que las entrevistadas relatan que se ven continuamente en la necesidad de demostrar que son empresarias, que pueden asumir contratos y que su sexo no afecta el desempeño de su empresa, como afirma Kartchevsky (1987) tienen que combatir su imagen estereotipada en lo profesional y en lo cotidiano.

No muy diferente de las relaciones con los clientes determinadas y limitadas por su sexo, presentando aspectos de la orden simbólica de lo femenino y masculino, se encuentran las relaciones con sus familiares y empleados, Fernanda cuenta con recurso humano externo al de su familia, afirma que los empleados no seguían sus instrucciones, debiendo mudar su forma de dirigirse a ellos, siendo más seria y estricta:

---

<sup>23</sup>Tatuajes visibles en su cuello, manos y antebrazos.

No me veían como esa autoridad cierto, como esa autoridad que a veces con los hombres y más en esta actividad que no es que sean súper educados, que sean profesionales que si tú les pides algo lo van a entender y lo van a realizar, sino que hay que hacerlo con mano dura. (FERNANDA).

Así como cuando las mujeres rompen el techo de cristal y acceden a cargos de dirección, decisión y control, se presentan ante barreras en cuanto a su aceptación como jefe por ser mujer, sucede también con las emprendedoras quienes estarían en la estructura jerárquica de la empresa, viviendo conflictos para que sus decisiones e instrucciones sean seguidas.

La mayoría de sus familiares tampoco reconocen su actividad emprendedora, como un trabajo o generador de renta, por lo que en un principio ejercen presión en las entrevistadas, para desmotivarlas a iniciar o desistir de sus empresas:

Mi mama esta es la hora que me dice que reparta hojas de vida, porque mi mama es de esa época de... y es que de hecho yo cogí ese miedo de ella, si usted trabaja es porque va a tener EPS y Pensión. (DANIELA).

La familia le dice porque usted se va a salir de trabajar y se va a poner a aguantar hambre, siga trabajando porque a los padres de uno los criaron con la mente de empleado no, entonces hay no como un rechazo. (NATALIA).

Cuando empecé mi mamá se acababa de pensionar para una empresa para la que trabajo como 30 años, entonces es de un pensamiento súper conservador y tradicionalista entonces ella pretendía que yo trabajara en una empresa 30 años y me puso como un impedimento. (INÉS).

En cuanto a sus esposos y compañeros sentimentales, las entrevistadas narran que aunque no sean socios, pretenden tener control sobre su trabajo y resultados económicos e incluso ejercen presión sobre ellas.

Se enojaba, se enojaba y me decía consigue trabajo, consíguete un trabajo y yo era como hay pero no quiero conseguir un trabajo. (DANIELA).

Me decía: es que tú no sabes ni dónde estás parada a ti te falta muchísimo a ti te hacen falta no sé qué vaina de cosas. (INÉS).

Con lo que se afirma el postulado de Tabet (2005) de que al existir un vínculo conyugal, se presenta subordinación de la mujer hacia el hombre. Fernanda que trabaja en sociedad con su esposo afirma que en el momento en que inicio a participar de forma permanente en la empresa, vivió situaciones en las que su trabajo no era reconocido por su esposo e incluso intentaba tener control absoluto sobre las decisiones de la empresa.

Por el mismo hecho del machismo cierto, del machismo de decir no es que yo soy el hombre y yo soy el que mando y no sé qué pero pues ya después de un tiempo nos dimos cuenta que era necesario esa alianza, como ese complemento de los dos. (FERNANDA).

Fernanda reflexiona sobre la actitud de su esposo como machismo, lo que no solo es reproducido por hombres, sino también por mujeres, quienes son las principales personas que según las entrevistadas les insisten en no emprender y las mismas emprendedoras como Natalia que considera que las mujeres no consiguen emprender por falta de apoyo y orientación de sus esposos.

Las mujeres que no pueden continuar, no tienen un apoyo ósea uno como mujer es muy sensible no, de pronto un hombre deja a un lado el lado emocional, en cambio uno de mujer tiene que estar con un apoyo alguien que lo guíe, que lo ayude a crecer alguien que en mi caso [...] me ayuda mucho en eso, si yo tengo una idea él me dice si hazla, no hazla y me apoya mucho. (NATALIA).

Presentándose el binarismo de que lo racional corresponde al hombre y lo emocional a las mujeres, limitando las decisiones y desempeño profesional de las emprendedoras, en una relación de subordinación hacia sus esposos, manifestado en su indispensable orientación y apoyo. Algunas de las emprendedoras identificaron esta situación como Fernanda, quien la disminuyo demostrando que con su trabajo beneficiaba la empresa, dividiendo y asignando roles para cada socio de acuerdo con las habilidades y características de cada uno:

Él es muy bueno en un área, y soy muy buena en un área entonces pues complementamos... yo todavía no soy muy organizada en ese sentido, pero mi esposo si es el más duro en organizar la parte operativa y yo organizo la parte administrativa. (FERNANDA).

Sin embargo, esta asignación responde a un sistema de cualidades y características de lo que es considerado y aceptado socialmente del hombre y de la mujer, afirmado por ALMEIDA et. al., (2008) en casos de empresas familiares generalmente las mujeres se dedican a actividades que giran en torno del cuidado, como las relaciones sociales y administración del personal. Con lo que se reafirma la tradicional división sexual del trabajo en la que las entrevistadas piensan e interiorizan como indispensable esta complementariedad de funciones, de acuerdo con las características y habilidades que se tienen construidas de hombres y de mujeres.

Se reproduce el discurso de que los hombres son valientes, fuertes, estrategas y las mujeres sensibles y débiles, papeles simbólicos que demuestran que es interiorizada la noción de

los valores, pensamientos, sentimientos y acciones de acuerdo al sexo, que en sus habilidades sociales y destrezas interpersonales son pensadas como puntos fuertes y en algunas circunstancias las entrevistadas se consideran a sí mismas, como menos competentes a comparación con los hombres. (JUNQUERA, 2004). De este modo los factores sociales y culturales juegan un importante papel en mantener esta auto-imagen negativa de la mujer como subordinada.

Estas representaciones y simbolismos de las entrevistadas son imbricadas desde las enseñanzas que reciben en su infancia, construyendo identidades de género, relacionadas con una serie de actividades y representaciones sociales históricamente (SAMPAIO, 2007), por lo que se sienten identificadas con sus actividades:

Había pensado un restaurante... lo más fácil o un negocio de ropa o algo así... lo que siempre se nos ocurre a todo el mundo un almacén de ropa, un almacén de bolsos... me sentía identificada y siempre me sentí muy identificada como con un restaurante. (JULIETA).

Julieta había pensado en un negocio que se encontrará entre las actividades del cuidado con el otro, en el que se identificará de acuerdo con la identidad de género que fue construida socialmente desde su infancia.

Como vimos en el emprendimiento se presenta un proceso social de diferencias que adjetiva, generando un sistema binario y maniqueista (PUPPIM 1994), en que el actuar emprendedor de los hombres es percibido como innovación, creación, una acción por la sociedad, contrario a lo que sucede con las mujeres. De acuerdo con las narrativas de las entrevistadas, su actividad es vista como solución a una necesidad económica en la esfera de lo temporal, por placer, distracción, sin reconocimiento social, ni considerarse actividad empresarial, entre otros imaginarios sociales y estereotipos que limitan sus posibilidades de emancipación.

Estereotipos basados en criterios sexistas y prácticas que reproducen y evidencian, preconcepciones, discriminaciones y violencias que constriñen a las mujeres, porque su cuerpo es diferente demarcando su lugar social (SAMPAIO, 2007), fundamentando que la actividad requiere racionalidad, planeación, organización, formulación de estrategias, control de presupuesto, lo que no es considerado para el sexo femenino, demarcando en sus posibilidades en pocas actividades fuera del cuidado, asistenciales y de menor valoración social, evidenciado en sus relaciones con clientes, socios y familiares en su diario vivir, limitando así su desempeño, permanencia, crecimiento empresarial y emancipación.

### 4.3 EMPRENDEDORA: EN BUSQUEDA DE SER CONSTRUCTORA DE SU PROPIA VIDA Y SU CONTEXTO

A continuación analizaremos en los discursos de las entrevistadas la percepción que tienen sobre su actividad emprendedora, ¿sí consideran que con su trabajo propician transformaciones para sí mismas y para otras personas como sus familiares, amigos y otros individuos con quienes se interrelacionan? y ¿si implementan estrategias para disminuir o evitar barreras ante las que se enfrentan en cuestión de género?

Análisis que se realiza en las temporalidades presente, pasado y futuro, iniciando por la concepción que las entrevistadas tenían acerca de emprender, a partir de la cual pensaron y reflexionaron decidiendo ser emprendedoras y posteriormente analizaremos las decisiones y mudanzas que han debido realizar para continuar en la actividad y sus expectativas de futuro.

#### 4.3.1 ¿Por qué emprender?

Junquera (2004) afirma que la decisión de un individuo para crear empresas depende de un conjunto de percepciones sobre la actividad, que se dan a partir del monitoreo reflexivo sobre ella (GIDDENS, 2002), construyendo el significado subjetivo del emprendimiento, en que se identifica su retribución en lo económico y lo social. En los contenidos de las narrativas de las entrevistadas analizamos que su principal interés para emprender no es por factores económicos, es decir, que es por motivaciones intrínsecas, afirmando:

Estuve dos años intentando crecer como diseñadora de una empresa que te da toda la seguridad del mundo, el renombre y como ellos eran para abajo, para abajo y ser mi propia jefe es para arriba, para arriba y hasta donde yo quiera llegar. (DANIELA).

Me gusta primero manejar mi tiempo ¿no?, segundo me gusta construir y no los de los demás. (NATALIA).

Me motiva el miedo de quedarme en la zona de confort, en un lugar en donde sienta que todo está bien, que todo están bonito, que todo está bien, que trabajo y me llega mi salario (...) Porque puede traer consecuencias a largo plazo, puedes estar muy bien, ganando mucha plata, pero a futuro pueden hacer recorte de personal, estar sobe calificada incluso, venir los hijos, entonces a tu jefe ya no le va a gustar que pidas permiso para el colegio, para no sé qué, para una cosa y otra. (FERNANDA).

Lo que apunta a que dan mayor valor a lo que su trabajo representa para sí mismas y socialmente, en búsqueda valores que consideran alcanzables mediante el emprendimiento como son: la independencia, libertad en su organización de tiempo y actuar, autonomía, poder de decisión, aplicar sus conocimientos académicos, experiencias de mayor responsabilidad, dirección, control, nuevos desafíos, aprendizaje, reconocimiento, satisfacción y transgredir tradicionales barreras de género que enfrentan como empleadas.

Las entrevistadas se refieren al trabajo como un factor que separa diferentes épocas de sus vidas, su día a día, el ámbito profesional del personal, siendo un definidor de la estructura del tiempo (SAMPAIO, 2007) que da sentido a la experiencia de vida y significaciones sociales. Por lo que su sentido subjetivo es construido en la relación de la persona, con lo social y la historia (BULGACOV; MAZZIOTTI 2007), influenciando las apreciaciones, evaluaciones, atribuciones y comportamientos y contribuyendo para la auto identidad y expresión de la subjetividad como mujeres y emprendedoras.

Por lo que la percepción sobre emprender se construye de acuerdo con el significado y re-significación individual y social que tiene para sus vidas el acto de trabajar, partiendo de factores motivacionales o fuentes de satisfacción en su subjetividad positiva, como los valores anteriormente citados, pero que también se asocia al sacrificio, esfuerzo, desgaste.

Trabajaba de domingo a domingo entonces no podía hacer nada (...) trabajaba como administradora, pero pues era solo el nombre porque no me dejaban tomar las decisiones administrativas (...) no les sirve una persona sin contactos que vaya subiendo, es la persona que tiene contacto a la que le van ayudando a subir. (DANIELA).

Ante estas situaciones y percepción negativa del trabajo, las entrevistadas sintieron la necesidad de abrir nuevos espacios para el surgimiento y avance de otras formas de trabajar generando su propia renta. (SAMPAIO, 2007). Teniendo la libertad para expresar su individualidad, afirmando el valor de independencia, al identificar que utilizan plenamente sus habilidades y capacidades en algo que para ellas tiene sentido.

Le estaba ayudando era a él a ser exitoso, entonces finalmente eso no era lo que me iba a llenar a mí al final del tiempo, entonces ¿porque yo no lo puedo hacer conmigo?, entonces (...) bueno construir lo mío. (NATALIA).

Entonces un día dije si estoy haciendo todo sola, si yo sé cómo se mueve esto porque no lo hago. Ósea ¿Qué es lo difícil? Y empecé, hay surgió la idea de hacer mantenimiento de ascensores. (INES).



Según Bittencourt y Moreno (1995) el individuo percibe que mediante el trabajo consigue la obtención de estatus, prestigio, rendimientos económicos, establece relaciones interpersonales y se siente haciendo algo útil por la sociedad, función que es auto-expresiva e intrínseca, al valorizar el trabajo como auto-realización.

Con ello se puede pensar que las emprendedoras mediante la actividad buscan posibilidades de satisfacer sus necesidades de realización personal (JUSTO, 2008) y están en pro de reposicionarse socialmente. Castrillón y Ricaurte (2008) plantean que el 70,9% de las emprendedoras creen que tener éxito en un nuevo negocio contribuye a tener una mejor posición social y consideran que es una opción de vida viable y de realización profesional, teniendo independencia en un 25,3%.

Aunque las entrevistadas en la actividad emprendedora se confrontan con un sistema de relaciones sociales desiguales, continúan pensando en el emprendimiento como una posibilidad para satisfacer sus expectativas económicas y personales, como la auto-realización, independencia y autonomía, liberándose de las limitantes sociales ante las que se enfrentan y tal vez iniciando a des-construir relaciones de género que reproducen dominación, afirmando que crean empresas porque no quieren trabajar para el beneficio económico de otros, si no que quieren trabajar en la construcción de su empresa, de su proyecto de vida y ayudar a otras mujeres, estando dispuestas a asumir riesgos, que son pensados con respecto a las transiciones que realizaran en sus vidas, para rehacer el proyecto reflexivo de su auto-identidad.

Sé qué eso no es fácil y empezando no es fácil, (...) si pero es que las grandes empresas comenzaron así. (INÉS).

Allá tenía EPS me podía enfermar aquí no, aquí si me enfermo se enferma la empresa, aquí si a Daniela le duele un dedo se enferma la empresa. (DANIELA).

Pensar en los riesgos que asumirán es de importancia para medir hasta qué punto los resultados podrán divergir con las proyecciones del proyecto, porque así como podrían obtener resultados económicos y no económicos favorables, también se pueden presentar pérdidas económicas, inestabilidad profesional e incluso problemas familiares, como afirma Giddens:

*O individuo deve enfrentar novos riscos decorrentes da ruptura com os padrões estabelecidos de comportamento inclusive o risco de que as coisas possam ficar piores do que estavam. (GIDDENS, 2002, p. 77)*

Estos riesgos y ruptura de los patrones son a los que las entrevistadas se refieren como “salir de la línea de confort”, los cuales Giddens (2002) afirma que son creados por los mismos mecanismos de desencaje de los estereotipos que existen, en cuanto a la seguridad de ser empleada, contar con un salario, estabilidad y prestaciones sociales.

En los discursos de las entrevistadas analizamos que a partir de la reflexividad y construcción del significado subjetivo de la actividad emprendedora, piensan que mediante está tendrán posibilidades de independencia, libertad, autonomía, valorización de su trabajo, reposicionamiento social, emancipación, rentabilidad, entendiendo y analizando las limitaciones que viven en torno de las relaciones de género, decidiendo asumir riesgos y planeando su proyecto de vida de forma reflexiva, en torno del ser emprendedora. (GIDDENS, 2002).

#### **4.3.2 Decisiones y expectativas en el presente y futuro**

Las entrevistadas reflexionan acerca de las ventajas que pueden extraer emprendiendo y para ello organizan y estructuran su proyecto de vida, sin embargo, en su relato sobre su actividad diaria se identificó que deben realizar cambios en la empresa, en el hogar y en sí mismas, efectuando rupturas con su pasado y decidiendo rumbos de acción que no pueden ser establecidos por hábitos. (GIDDENS, 2002). Por lo que a continuación analizaremos la reflexión y acciones que implementan para dar continuidad y crecimiento a su empresa.

Sus decisiones son tomadas de acuerdo con la experiencia como emprendedoras, proceso en el que han sentido la necesidad de obtener capacitaciones en diversos temas que consideran importantes para orientar los procesos organizacionales, pensando en estrategias con las que puedan mantenerse en el mercado y tener crecimiento, específicamente en temas administrativos, financieros y legales, como Daniela que afirma “bueno yo sé que todavía me falta mucho por aprender tengo que capacitarme muchísimo”.

Para lo que han accedido a capacitaciones de corta duración, a los que no todas pueden adherirse por sus costos, optando por capacitarse de forma gratuita por internet, por lo que cuestionamos ¿porque esta imposibilidad para capacitarse a lo largo de su emprendimiento?

teniendo en cuenta que en la revisión de literatura se encontró que Colombia es el primer país en América Latina que impulsa el aprendizaje en este tema.

Considerando la dificultad de las entrevistadas para obtener capacitación empresarial y el hecho de que solo dos entrevistadas conocen sobre programas en los que podrían obtener capacitación o financiamiento y una de ellas a pesar de participar en algunos de estos no consigue que su emprendimiento crezca. Podemos pensar que la ley de emprendimiento puede ser eficiente para promover la creación de empresas, pero no refleja una adecuada formación para la permanencia en la actividad o crecimiento de sus empresas, repitiendo el discurso de mantener micro emprendimientos. (BANCO MUNDIAL, 2010 y SELA, 2010).

En este sentido, podemos afirmar que las políticas públicas encaminadas a la fomentación de emprendimientos femeninos, son realizadas como soluciones al desempleo y la pobreza de forma temporal, sin interesarse realmente en ofrecer acompañamiento y fortalecimiento organizacional, orientándolas a tener pequeñas empresas, con bajos rendimientos y sin posibilidades de generar procesos de emancipación.

El canal de ventas utilizado por las entrevistadas son las redes sociales como Facebook, *Twitter* e *Instagram*, canal de ventas que llamaremos “mercado virtual” lo cual fue una decisión que realizaron las entrevistadas, pensando sobre el inicio de su empresa y que en los primeros años no obtendrían recursos suficientes para un arriendo, siendo una etapa en la que debían “invertir y reinvertir” (CAMILA), decidiendo trabajar desde sus casas como afirman “actuar con calma”. También, quienes cuentan con una estructura física realizan la comercialización de sus productos y servicios por medio de las redes sociales, porque encuentran que pueden extraer diversas ventajas.

Le puedes sacar toda la plata que tú quieras, el Facebook es maravilloso porque es una base de datos y te dice exactamente que le gusta a la persona, cada cuanto consume, porque lo consume, con quien consume. (DANIELA).

Entre sus beneficios está conocer las necesidades del mercado, no requerir inversión, crea la necesidad y reafirma la intención de compra y deja un mensaje de recordación en los usuarios que siguen sus páginas. El único caso en el que no se utiliza este canal, es en el emprendimiento de Inés porque piensa que sus clientes, que son generalmente mayores de edad, no acceden a estas redes, por lo que debe desplazarse hasta diversos predios y entregar la propuesta comercial en papel.

Aunque ha sido una herramienta de ventas que ha permitido y posibilitado la entrada en el mercado, a medida que las entrevistadas se han enfrentado a nuevas dificultades como el poco crecimiento de sus empresas y la incredibilidad de los clientes, han pensado en la necesidad de tener un establecimiento físico, en el que puedan ofrecer productos y servicios adicionales, de forma tal que obtengan credibilidad y crecimiento.

A mí me gustaría poner como especie de un almacén, donde yo pueda brindar, el servicio completo (...) vender obviamente todas las creaciones, las manualidades, pero también esos insumos (...) pues lo tengo planeado no para un corto plazo si no para un largo plazo más o menos. (JULIETA).

Por lo que se puede afirmar que las entrevistadas utilizan los recursos limitados como el espacio físico y los reconfiguran en factores positivos transitorios que permitan su permanencia en la actividad, siguiendo planes a corto y mediano plazo en búsqueda del crecimiento de su empresa y el cumplimiento de sus expectativas.

Otra utilidad que las entrevistadas encontraron mediante el uso de las redes sociales, fue establecer relaciones con *stakeholders*<sup>24</sup> y crear alianzas, que como se afirma en la teoría de redes sociales funcionan como interconexiones que generan cooperación y confianza entre organismos formales e informales. (CHÁVEZ; HERNÁNDEZ, 2012). Redes en las que toman un lugar de liderazgo y cooperación con acciones como compartir experiencias, aciertos y desaciertos, brindando contactos, promoviendo ventas, entre otras, incluso siendo mentoras de las nuevas emprendedoras, como afirma Natalia:

Entre las mujeres también nos apoyamos mucho, por ejemplo con [...] también le ayudo bastante, ella tenía un problema de mercadeo, entonces nos sentamos a ver cómo le podíamos ayudar, entonces yo decía bueno ¿cómo hago? De la experiencia que yo tengo a mí no me gusta ser egoísta a mí me gusta ayudarles y siempre ayudo. (NATALIA).

En el caso de Fernanda, aunque su emprendimiento funcionaba en un lugar físico, trabajaba fuera de él, encargándose de la parte administrativa y su esposo de la operatividad del negocio, lo cual fue decidido por ella, pensando en que por ser una empresa nueva en el mercado, requería establecer lealtad de sus clientes y en un principio estos no tendrían confianza por ser

---

<sup>24</sup>Partes interesadas y afectadas por las acciones de las empresas, como los clientes, accionistas, asociaciones empresariales, industriales o profesionales, competidores, comunidad, asociaciones vecinales, propietarios, empleados, gobierno nacional, local y provincial, inversores, medios de comunicación, ONG, proveedores.

mujer, iniciando a trabajar físicamente en los parqueaderos, solo cuando fue necesario en la parte administrativa y de forma estratégica.

Yo entendí que mi rol no estaba en el rango de ser operaria, sino más bien de poder organizar los recursos, el personal que tenemos para capacitarlos para que tengan una buena atención al cliente y que sean ellos los que se contacten directamente con el cliente final que son los conductores y yo buscar las estrategias con el cliente grande, que son quienes finalmente deciden o no mandar los vehículos a nuestro establecimiento. (FERNANDA).

La comercialización del servicio de los parqueaderos es realizada por Fernanda directamente con los gerentes de las empresas, en que son empleados los conductores de los carros, obteniendo contratos, mayores ingresos y rendimientos estables y la capacitación que realizó para sus empleados fue en respuesta a que estos no la consideraban jefe, por lo que decidió implementar capacitaciones de servicio al cliente interno (demás empleados y jefes) y externo (clientes), con lo cual pretendía que existiera mayor eficacia en la comunicación.

A pesar de las dificultades que enfrentan y que se presenten afirmaciones como en el anterior relato de Fernanda de que “ha encontrado su lugar o que identificaron que son mejores en determinada actividad”, reproduce la división sexual del trabajo, las mujeres están comenzando a reposicionarse en cargos y actividades de responsabilidad, control y decisión, que históricamente le han sido negados, previendo cada acción de una forma que Giddens (2002) expone como “calculista” en relación a las posibilidades de acción positivas y negativas con las que se encuentran confrontadas, como individuo emprendedora en su interrelación en el ámbito.

Como se encuentra en el relato de Julieta “Las mujeres somos más conscientes de eso y eso es lo que debo transmitirle al cliente”, Fernanda “Yo lo veo como mi empresa...tengo que enfocarme en que si lo es hasta que en realidad la gente, las demás personas lo vean y Daniela “He venido dando mi lugar cuando yo entro a interactuar con ellos...siendo más estratégica en el momento de hablar.

Relatos en los que se analiza que reflexionan sobre cada situación que viven, buscando implementar acciones en beneficio de la empresa y confrontar la situación, afirmando su capacidad empresarial, confiando en sí mismas, en su actuar y en su actividad, lo que es de importancia, porque es la base de muchas decisiones que toman:

Finalmente tú no vas a perder nada y por lo contrario creo que una experiencia como esas te deja muchísimos, muchísimos aprendizajes demasiados tu aprendes demasiado, es creer en ti misma, saber que eres capaz. (NATALIA).

Ellas piensan en su futuro, el cual como afirma Giddens (2002) es traído continuamente para el presente, por medio de la organización reflexiva de los ambientes de conocimiento, en los que a partir de su experiencia emprendedora reflexionan acerca de sus perspectivas para el futuro.

Las emprendedoras que tienen emprendimientos con resultados y perspectivas de crecimiento, tienen la intención de implementar estrategias de expansión e incluso crear otros emprendimientos adicionales al ya constituido y quienes tienen negocios en los que no se están generando rentabilidades suficientes para crecer o permanecer en la actividad, están pensando en implementar acciones para no dejar la actividad.

En este proceso reflexivo de decidir continuar en la actividad, las entrevistadas narran que se han interrogado en términos de lo que está aconteciendo con sus vidas y su entorno, revaluando si estarán en el camino correcto o no, tornándose dependiente de las tareas de reconstrucción en las que se envuelve, especialmente en las situaciones más difíciles.

En esos momentos es que uno no quisiera ser tan emprendedor, ni tan empresario, (ríe) ¿cierto? Como que no que pereza y pues de pronto nos ha hecho du0064ar pero definitivamente es más el aporte, el beneficio, la satisfacción de poder manejar nuestro tiempo, de poder emprender, de poder hacer lo que nos gusta, de poder compartir tiempo de calidad en familia que lo que pueda pasar con esos problemas. (FERNANDA).

Proceso reflexivo que se realiza mediante el aprendizaje de sus errores, los cuales al ser previamente observados les permite trazar un nuevo proyecto de crecimiento (GIDDENS, 2002), afirmando “estaba totalmente errada porque para uno tener una empresa tiene que trabajar en equipo, pero bueno es como aprendizajes” y Fernanda “hubo muchos errores y a través de los errores se aprendió bastante”.

Se identifica que las entrevistadas que quieren crear nuevos emprendimientos adicionales al existente, están respondiendo al mismo temor que sentían cuando eran empleadas de tener una supuesta estabilidad que podrían perder, siendo para ellas indispensable el estar continuamente creando, asumir nuevos riesgos y experiencias:

Es tener un pie entre la zona de confort y el otro pie buscando como emprender más, como hacer algo adicional y si te quitan ese ingreso que tenías pues no quedes sin nada (FERNANDA).

Lo que indica que con su actuar estratégico se resisten a cualquier lógica que no sea la construcción de su proyecto de vida como emprendedora, teniendo confianza en sí mismas y en su actuar emprendedor, desarrollando una identidad reflexiva y un referencial de confianza, pensando en sí mismas y en su entorno, a pesar de que en su discurso afirmen no querer trabajar para el beneficio de “otros” sus pensamientos son extraer mediante la actividad ventajas personales y para las personas con las que se interrelacionan.

Si Dios le dio a uno la oportunidad de hacer empresa, es para ayudar a las personas más cercanas, por ejemplo a tu familia, entonces no podría pensar yo en alguien adicional a menos de que mi familiar no quiera. (FERNANDA).

Quiero tener muchas empresas pero ayudar a las personas entonces en este caso a mi familia. (NATALIA).

Con lo que se evidencia la ética del cuidado, expresado en un sentimiento de responsabilidad por el otro, en una red de relaciones de sentimientos con quien está más cercano afectivamente, pero también pensando en ayudar a la sociedad en general, incluso a otras emprendedoras. Por lo que podemos afirmar que a partir de su actividad piensan y analizan su papel como mujer en la sociedad, conscientes de las desigualdades ante las que se encuentran, asumiendo nuevas posturas, acciones que les permita reposicionarse a nivel personal y social, comenzando a generar cambios, afirmando “somos fuente de inspiración para otras niñas y para otras niñas que son más jóvenes y que vienen detrás”. (INÉS).

Realizan una reflexión consciente<sup>25</sup> de la realidad de su entorno, de las situaciones de carencia, exclusión y diferenciación, estando incentivadas a buscar igualdad y participación en la sociedad, intentando generar una solución, así que “*as transformações ocorridas em suas vidas tem um sentido coletivo*”. (TOURAINÉ, 2007, p. 110). Como es el caso de Natalia quien tiene particular interés en trabajar con mujeres, siendo consciente de situaciones de dominación en las que se encuentran.

De pronto en seis meses voy a ver que empezó a vender eso me va a llenar de satisfacción, que no va a emprender con su esposo que la maltrata o algo así eso me haría feliz, entonces el enfoque social es que no dependan ni de su esposo, ni de su familia si no que de ellas mismas puedan salir adelante. (NATALIA).

---

<sup>25</sup>La consciencia es la presencia en un individuo o en un grupo de individuos, de representaciones de sí que cargan en ellas juzgamientos de valores molares sobre las conductas de este individuo o de este grupo.

Giddens (2002) afirma que la consciencia puede crear un cambio potencial e introducirlo por sí mismo, presentándose una ambivalencia<sup>26</sup> en la que *“ao ator que pode e deve deste modo combinar uma forma de participação social com uma forma de autonomia pessoal”*. (TOURAINE 2007. p. 70). Manifestado en el relato de Natalia “no quiero crecer yo sola si no que trato de ayudar a la gente”; en el de Daniela “Bueno pues este negocio no es solamente para mí, este negocio me tiene que dar para ayudar en algo a la sociedad” haciendo referencia a un proyecto social con el que ayuda económicamente a la liga contra el cáncer en Colombia, siendo una actividad adicional de la de su empresa.

Sus expectativas están conectadas con valores al respeto de sí y de sus posibilidades ligadas a la familia, hijos y éxito, motivadas a alcanzarlos mediante la actividad emprendedora. Presentándose un proceso de transición de un modelo tradicional (la mujer definida como madre, esposa entre otras posibilidades), intentando eliminar estereotipos sociales y demostrando que pueden realizar transformaciones. Como afirma Giddens (2002) pueden usar su historia reflexivamente, para hacer historia y en cuanto más la orden social sea basada en la acción autónoma de individuos libres e iguales, de la misma forma será a nivel colectivo y de la humanidad, alcanzando la emancipación progresiva, en que el esfuerzo por romper las tradiciones del pasado, permiten la transformación del futuro *“a medida que as mulheres cada vez mais ‘dão um passo’ para fora contribuem para processos de emancipação”*. (GIDDENS, 2002, p. 199).

En el análisis que se ha realizado de los contenidos de las narrativas de las entrevistadas comprendiendo su historia de vida, sus sentimientos, sus relaciones personales, su contexto histórico, social, cultural, político y económico, comprendemos que en su formación como mujer emprendedora, tienen una valoración de su actividad como una opción de vida y profesional, que se conecta con una red de sentidos, valores y expectativas de futuro, actuando y reflexionando acerca de las necesidades y carencias de su ambiente, de las desigualdades ante las que se enfrentan en el ámbito emprendedor por causa de la división sexual del trabajo, los estereotipos de lo femenino y lo masculino. Ante lo que implementan acciones en búsqueda de cumplir sus expectativas, deseos, propósitos personales, transgrediendo limitaciones e intentando generar transformaciones en su contexto.

---

<sup>26</sup>La ambivalencia corresponde a las situaciones donde la decisión entre dos posiciones opuestas es rechazada, pareciendo indispensable mantener y combinar posiciones opuestas.



## CONSIDERACIONES FINALES

Las mujeres han estado limitadas en los ámbitos de participación social y los hombres han tenido poder en lo económico, social, cultural y político en que el significado y representación que se ha dado socialmente al trabajo, ha producido desigualdades entre hombres y mujeres, discursos, estereotipos, argumentos que reproducen la división sexual del trabajo, lo que se observó en esta investigación desde la óptica del emprendimiento en Colombia.

En la que nos propusimos analizar en los discursos de las entrevistadas, los contenidos reflexivos que construyen para crear empresa y mantenerse en la actividad y sus expectativas a futuro, relacionando cómo interactúan con aspectos ligados a las relaciones de género. Indagamos si la actividad emprendedora es marcada por relaciones de género, contextualizando el emprendimiento femenino, mediante informes estadísticos y el análisis de las narrativas de las entrevistadas.

La información adquirida a través de los informes estadísticos nos brindó un cuadro de referencia del emprendimiento femenino en Colombia, encontrando que hay diferencias entre los emprendimientos de mujeres y hombres, como son: la menor participación de mujeres emprendiendo, el poco crecimiento de sus empresas y permanencia en la actividad y analizamos los principales factores del entorno que posibilitan o limitan la actividad. Sin embargo, estos datos son cifras estadísticas, que no tienen en cuenta que todas las emprendedoras son heterogéneas, que su historia de vida y contexto es diferente. Por lo que no se puede generalizar el emprendimiento, sin indagar sobre intersecciones como género, raza, historia, clase, etnia y sus construcciones de vida.

Son pocas las investigaciones sobre este tema con una metodología cualitativa y las que hay generalmente reproducen el discurso de diferenciación entre mujeres y hombres, caracterizando el perfil de los emprendedores y adjetivándolo como natural de acuerdo con lo que es de lo femenino y lo masculino. Lo que refleja que las posibilidades de las mujeres para transmitir conocimientos y experiencias en el emprendimiento han sido limitadas y que las barreras y dificultades no son indagadas como una problemática social.

Incluso los significados de emprendimiento y emprendedor que son construidos de acuerdo con el contexto social, político, económico y cultural, siempre han sido descritos como

una actividad de hombres, adjetivando a las mujeres fuera de la concepción de empresaria, sin dar relevancia social y cultural a su trabajo.

Por lo que hay pocos referenciales de emprendedoras y no son reconocidas socialmente como tal, sino que son percibidas como si realizaran un trabajo asistencial, en el marco de la informalidad y en algunos casos, sus socios son los únicos reconocidos como verdaderos emprendedores, constatado en el caso de una de las entrevistadas, en que el nombre de la empresa es el apellido de su esposo y el de ella queda invisible. Lo que es pensado y reflexionado por algunas de las entrevistadas, afirmando que por ello quieren emprender, sin sociedad alguna.

En la narrativa de las entrevistadas sobre sus historias de vida, la estructuración de su proyecto emprendedor y su día a día como emprendedoras, analizamos que la división sexual del trabajo interfiere en la decisión de emprender, en la permanencia y crecimiento de sus emprendimientos.

La decisión, proceso y modo como las mujeres entran en el ámbito empresarial, se fundamenta sobre diversas restricciones, entre ellas las de género y sus emprendimientos son localizados, dentro de las representaciones de la división sexual del trabajo, que separa hombres y mujeres por ramos de actividad. Decisiones que están relacionadas con sus percepciones subjetivas sobre el emprendimiento, formación académica y experiencia laboral en que se objetivan cómo empresarias, al identificar motivaciones, conocimientos, capacidades y habilidades, estableciendo discursos con aspectos positivos sobre sí mismas y sus posibilidades en la actividad emprendedora.

Se configura una relación entre la formación académica y la participación laboral, existiendo una segregación profesional, en la que quienes tienen formación profesional obtuvieron mejores cargos que quienes tenían formación técnica. Experiencia laboral que interfiere en su actividad emprendedora, dado que cuando tuvieron mejores experiencias laborales incursionaron en la actividad porque identificaron oportunidades y pudieron aplicar conocimientos que estructuraron la empresa, contrario a lo que sucedió con quienes enfrentaron de una forma más visible desigualdades en razón a su género que al estar excluidas vislumbraron en el emprendimiento nuevas posibilidades de trabajo.

Existiendo una interdependencia entre formación académica, participación y posibilidades en el mercado del trabajo y en el emprendimiento, indicando que la historia de vida

y el contexto de cada emprendedora generan procesos diferentes de decisión e inserción en la actividad emprendedora.

El trabajo emprendedor es considerado socialmente como de lo masculino y cuando las mujeres se insieren en este, se generan nuevas divisiones de lo que puede ser realizado por hombres y por mujeres, dando mayor valor social a las actividades realizadas por los hombres, quienes son reconocidos como empresarios, con crecimiento, tecnificación, a diferencia de la mujer que es percibida con menor valoración social, como si realizará una actividad de extensión del cuidado del hogar, del amor con los otros y asistencial.

Las emprendimientos de las entrevistadas que se encuentran en sectores tradicionalmente masculinos tienen mayor tecnificación, rentabilidad y perspectivas de crecimiento y permanencia, a diferencia de quienes participan en actividades de lo femenino, sin embargo, se enfrentan ante limitantes y barreras en razón a ser mujer, reproduciéndose estereotipos e imaginarios sociales que limitan su actividad de acuerdo con la construcción simbólica de lo femenino y lo masculino.

No muy lejos de lo que sucedía en Colombia en 1922, cuando a las mujeres solo les era permitido trabajar realizando artesanías o ser costureras, actualmente se limita de una forma más sutil su trabajo, posibilitándoles participar en lo que la sociedad ha determinado como propio y factible para ellas, como el cuidado de los otros, afecto, trabajo manual, entre otros, siendo formadas para ellos, desde edades muy tempranas. Lo que es pensado por las entrevistadas afirmando que han sido excluidas históricamente, por lo que emprenden en lo que les es posible.

Las barreras y dificultades sistemáticas de inserción y permanencia que enfrentan las entrevistadas, dicen con respecto a la falta de capital económico, cultural y simbólico, como: la poca o nula financiación de proyectos emprendedores, discriminación en los momentos de negociaciones por “ser mujer”, impedimentos para participar en mercados innovadores y de crecimiento considerados como netamente masculinos, capacitación empresarial sin calidad, políticas públicas ineficaces y la necesidad de conciliar el trabajo productivo y reproductivo, limitando sus posibilidades de acceso a la independencia, autonomía económica, emancipación y de tener un lugar de sí frente a la estructura.

Los procesos de legalización de la empresa están condicionados por el acceso al conocimiento y capacidad financiera, porque la falta de estos impide entrar en la formalidad, siendo la constitución legal un proceso de importancia al generar confianza en los clientes,

permitir solicitar financiación y participar en programas de capacitación empresarial. Además, connota valores de confianza y satisfacción en las entrevistadas, estableciendo su identidad como empresarias.

Con respecto a la capacitación empresarial y financiación, las entrevistadas afirmaron no sentir que sean pertinentes para las necesidades y expectativas de sus empresas. Identificándose que las políticas públicas en el emprendimiento, como es el caso de la ley 1014 que incentiva la creación de empresas, están planteadas como soluciones temporales, en situaciones de vulnerabilidad y carencia económica, pero no promueven la permanencia, crecimiento de los emprendimientos y valoración real como empresarias.

Aunque las políticas públicas sobre emprendimiento femenino significan un gran avance para el reconocimiento y apoyo a las emprendedoras, no están enfocadas a promover su participación en condiciones de igualdad. Lo que denominamos como un “sistema de apoyo invisible o flexibilización”, porque están encaminadas para mantener pequeñas y medianas empresas, esencializando la actividad de las mujeres en lo privado, en que sigan siendo las únicas responsables de lo reproductivo y optimizando sus actividades tradicionalmente femeninas.

Se genera un “techo de cristal” que en el ámbito emprendedor correspondería al impeditivo de tener negocios rentables, crecimiento y reconocimiento como empresaria, reproduciendo la división sexual del trabajo y determinando sus emprendimientos en los de menor renta y protección social. (SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER, 2013).

Por tanto las mujeres están transgrediendo barreras para insertarse en la actividad emprendedora, pero se enfrentan a segmentaciones simbólicas que las limitan por su género, como si cada división generará una nueva, delimitando desigualmente su participación, adjetivándola de forma negativa, teniendo que enfrentar luchas producto de simbolismos que se reproducen dentro de estas.

Lo que apunta a que la posición social de la mujer se encuentra en continua subordinación a los hombres, en una relación de poder y dominio, de acuerdo con la representación social de la actividad ejercida. (SACKS, 1979). Incluso una de las entrevistadas afirma que es indispensable que las mujeres cuenten con el apoyo de sus esposos, lo que se traduce en aprobación, en que estén de acuerdo en su participación dentro del ámbito emprendedor.

En cuanto al hombre socialmente le es proporciona total libertad, existiendo la concepción de que puede transitar en cualquier espacio y lugar, la mujer debe evitar y cuidarse de constreñimientos y violencia, reflejado en el caso de Fernanda, quien piensa en situaciones que puede enfrentar por su sexo en un ambiente masculino y decide evitarlas apartándose de la operatividad de su propia empresa.

Constatándose la hipótesis de que las mujeres en el ámbito emprendedor se enfrentan a diferencias de género configurando y reproduciendo la tradicional división sexual de trabajo, reflejado en desigualdades que limitan su participación, orientan el tamaño de sus empresas, el sector en el que se encuentran y sus perspectivas del futuro.

Al ser de nuestro interés comprender como las entrevistadas viven y sienten la orden simbólica social, cultural y política de las construcciones de lo que es masculino y femenino en la experiencia de ser emprendedora, indagamos sobre su cotidiano emprendedor, en que se demostró que aunque existe una supuesta aceptación socio-cultural de la mujer en la actividad, son desvalorizadas mediante preconceptos y estereotipos que no giran en torno de su dinámica empresarial, sino de ser consideradas inferiores socialmente.

Antes de la revolución industrial las mujeres comercializaban productos para generar su renta, lo que sería una actividad emprendedora, pero por lo contrario le eran designados rotuladores negativos, basados en la conveniencia, moralidad y legalidad, lo que persiste en la actualidad mediante estereotipos y preconceptos, sin considerarlas dentro de las representaciones de empresaria, adjetivándolas fuera de lo económico y del mercado.

Presentándose un sistema binario y maniqueista hombre/mujer, empresa/casa, emprender/hobby, empresario/asistente, estando el hombre en la dimensión instrumental y la mujer en la expresiva, con rotuladores que asignan percepciones positivas para los hombres, conectando valores de lo viril, las habilidades para ser empresario, como raciocinio, complejidad, estrategia, tecnológico, innovación, riesgo y la mujer con percepciones negativas de trabajo asistencial, extensión de lo privado, delicado, simple, manual, atención al detalle, cuidado, amor.

Imaginaros sociales en los que consideran el actuar de la mujer como asistencial para el servicio del empresario hombre, sin admitir su papel como empresaria y en caso de reconocerla, no piensan que ingresan en la actividad por ser su proyecto de vida y por percibir oportunidades emprendiendo, sino que es un hobby o una solución temporal para una problemática específica, sin valorizar su actividad como un trabajo y generador de renta.

La calidad y eficiencia del trabajo de las emprendedoras es cuestionado, de acuerdo con la simbología de lo que pueden o no saber y realizar las mujeres y por estereotipos recargados de responsabilidades del cuidado del hogar, pensando que en su empresa realizan una extensión de lo reproductivo, únicamente para cuidar sus hijos, así como se les atribuye negativamente que no tienen la libertad y autonomía para participar en el mundo empresarial y en cualquier momento desistirán. Pero las entrevistadas narran lo contrario, emprenden porque vislumbran oportunidades en la actividad, planteando su proyecto de vida entorno del ser emprendedora, estableciendo acciones y estrategias para ello.

La credibilidad como empresarias es cuestionada y condicionada por su feminidad y la representación de su cuerpo, debiendo cumplir principios de decencia, elegancia, entre otros parámetros, que reproducen una relación de valores de cómo el sexo femenino debe vestirse y de lo que es ser empresaria, existiendo una relación entre clase, estatus y estética femenina, basada en símbolos asociados a la feminidad, que son construcciones subjetivas.

Las asignación de trabajos al interior de los emprendimientos constituidos en sociedad, se dan de acuerdo con lo considerado de lo femenino y lo masculino, en el caso de Fernanda quien decidió que su esposo fuera el responsable de las tareas operativas en las que tendría contacto con los clientes, considerando que el tenía cualidades y su participación era permitida en la operatividad y ella de la administración del negocio siendo apropiado para ella por ser mujer, existiendo dependencia en una compatibilidad de tareas, de acuerdo con lo que es propio de lo masculino y lo femenino.

Con los apuntamientos anteriores comprendemos que en la actividad emprendedora las relaciones de género son vividas y pensadas de acuerdo con presupuestos de la simbología social de lo femenino y lo masculino, sentidas en subordinación, dominación, limitaciones y poder. (LOBO, 1992). Presentándose estereotipos fundamentados en criterios sexistas y prácticas que reproducen y evidencian discriminaciones para las emprendedoras, demarcando y limitando sus posibilidades de visibilidad, crecimiento y permanencia en la actividad emprendedora.

Con lo que se afirma nuestra segunda hipótesis que en el emprendimiento se presentan aspectos de orden simbólica social, cultural y política de lo femenino y masculino que participan en la configuración social de la relación entre los sexos, persistiendo ideas, reglas de comportamiento y valores que producen dificultades y barreras para las emprendedoras.

Las entrevistadas narran que ante las situaciones de exclusión y limitación, deben actuar demostrando que son capaces de emprender, estando en una continua lucha contra el poder que reproduce el sistema simbólico de lo masculino y lo femenino, del lugar que debe ocupar la mujer y los estereotipos que se reproducen acerca de la calidad y eficiencia de su trabajo y su reconocimiento como emprendedora. Como afirma Benhabib (1995) tienen que combatir su imagen estereotipada, des construyendo los estereotipos de los juicios patriarcales y construir nuevas formas de moral y trabajo.

Por lo que en esta investigación nos propusimos entender mediante sus relatos, si en su actividad emprendedora están posibilitando nuevas expectativas para sí mismas, sus proyectos de vida, familia, trabajo y sociedad, promoviendo la superación de desigualdades de género. Identificamos que el trabajo da sentido a sus experiencias de vida y re-significación social, contribuyendo para la auto-identidad y expresión de su subjetividad, vislumbrando mediante el emprendimiento una opción de carrera, en búsqueda de oportunidades y valores, como libertad, autonomía en sus decisiones, independencia económica, mayores responsabilidades, ejercer cargos de dirección, entre otros, que reflejan sus deseos de reposicionarse socialmente.

Reflexionan respecto a su vida y a la concepción subjetiva del emprendimiento, identificando su potencial emprendedor y confiando en sí mismas, para extraer sentidos, expectativas y posibilidades de emancipación, pensando en lo que acontecería con ellas y sus intereses, identificando y reformulando los riesgos que asumirán, con lo que se afirma que deciden emprender en búsqueda de oportunidades de una forma planeada y organizada.

Las entrevistadas en el proceso de entrada en la actividad emprendedora realizan un proyecto reflexivo de su auto-identidad, generando cambios en su vida empresarial y personal, planeando y escogiendo acciones para mitigar las desigualdades de género, identificando transformaciones que se refieren al espacio privado, público y social, debiendo romper con los parámetros sexistas del uso del tiempo, del cuidado, de la formación y hasta de su poder de decisión y autonomía. Mediante estrategias organizacionales como: crear un mercado virtual para comercializar sus productos y servicios, generar alianzas generalmente entre mujeres, división de trabajos en los que asumen cargos de control y decisión y obtener ventajas económicas y expansión del negocio para ayudar a sus próximos.

Proceso en el que toman consciencia de su entorno, de las situaciones de carencia, exclusión, dominación, desigualdad, reformulan sus pensamientos e ideas al respecto y perciben

que con su actuar emprendedor pueden reposicionarse en la sociedad y direccionar su emprendimiento para construir su historia, siendo responsables de sí mismas y de sus proyectos de vida y promover soluciones sociales, des-construir determinadas dominaciones y buscar soluciones de igualdad y participación social. Lo que indica que la actividad emprendedora es un proceso social en que interactúa el individuo y la organización, en que cada emprendedora es forjada en el ambiente social, siendo producto de la cultura y a su vez constituyendo la cultura.

Con lo anterior se afirma la última hipótesis las emprendedoras tienen una valoración de sus emprendimientos que se conecta con una red de sentidos y valores al respecto de sí y de sus posibilidades ligadas a familia, hijos y expectativas de futuro, siendo agentes de acción que no solo se expresan como mujeres de negocios, sino también sus posibilidades, demostrando que pueden transformar el contexto en el que están, enfrentar barreras y reposicionar su rol en la sociedad, generando dislocamientos y rupturas de las configuraciones de la división sexual del trabajo.

De acuerdo con el análisis y apuntamientos que hemos realizado sobre la actividad emprendedora de las mujeres, sugerimos para futuras investigaciones realizar análisis con perspectivas de género, indagando las desigualdades que persisten para las emprendedoras como una problemática social, sobre la percepción de las mujeres en relación a sus motivaciones, sus visiones del mundo, lo que para ellas es auto-realización, en especial la percepciones del éxito, es decir, las categorías que componen el proyecto de vida en sus aspectos individuales y acerca de las redes femeninas que se construyen en la actividad emprendedora, entendiendo su construcción, sus perspectivas de género y empoderamiento, los valores que son seguidos e impactos de transformación que pueden generar.

Es importante que las políticas públicas sean formuladas transversalmente atravesando varias áreas, interesándose en la causa de la desigualdad cultural, educativa, política, económica y de poder, profundizando en las relaciones de género, normas, valores, representaciones y aspiraciones, pensando en la igualdad de oportunidades para transformar las relaciones de género, empoderar a las mujeres y mejorar sus condiciones de vida. (CASTILLO; ESPEJEL; HERNÁNDEZ, 2013).



## REFERENCIAS

ABRAMO, Laís. Inserção das mulheres no mercado de trabalho na América Latina: uma força de trabalho secundária? In: HIRATA, Helena; SEGNINI, Liliana, (Orgs). **Organização trabalho e gênero**. São Paulo: SENAC, 2007. p. 23 – 41.

ABREU, Jane. **Empreendedorismo: o discurso pedagógico no contexto do agravamento do desemprego juvenil**. 2009. 157 f. Tese (doutorado) - Linha de Pesquisa Mudanças no Mundo do Trabalho, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2009.

AGUIAR, Neuma. Observação participante e “*Survey*”: uma experiência de conjugação. In: NUNES, Edson Oliveira de. **A aventura sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar editores, 1978. p. 125 – 151.

ALMEIDA, Maria et. al., Mulheres e cuidado: bases psicobiológicas ou arbitrariedade cultural? **Paidéia**, Ribeirão Preto, v. 18, n. 41, set./dez. 2008. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-863X2008000300002&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-863X2008000300002&script=sci_arttext)>. Acesso em: 08 ago. 2013. Não paginado.

AMORÓS, José; PIZARRO, Olga. Mujeres y dinámica emprendedora: un estudio exploratorio. **Revistas.urosario.edu.co**. Colombia, 2006. Disponível em: <<https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=9&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCgQFjAB&url=http%3A%2F%2Frevistas.urosario.edu.co%2Findex.php%2Fempresa%2Farticle%2Fdownload%2F940%2F841&ei=MV5LVdXABYa6ggTC4IHwCw&usg=AFQjCNET4W1OqW4fgirQ0xS2xbol4ZSQFQ&sig2=V78tBYRJybUl6X9A1-C44g&bvm=bv.92765956,d.eXY>>. Acesso em: 26 jun. 2014.

ANJOS, Juscelina; Papéis da mulher - moda, identidade e gênero. In: VI ENECULT encontro de estudos multidisciplinares em cultura, 2010, Salvador Bahía. **Anais eletrônicos**, Salvador Bahía: 2010. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/wordpress/24501.pdf>>. Acesso em: 5 feb. 2016.

ARAUJO, Maria. Diferença e igualdade nas relações de gênero: revistando o debate. **Psicologia Clínica**. Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-56652005000200004&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-56652005000200004&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt)>. Acesso em: 08 feb. 2016.

ARNAUD-DUC, Nicole. As contradições do direito. In: **História das Mulheres no ocidente, Século XIX**. DUBY, Georges; PERROT, Michelle. (Org.). Sob a direção de FRAISSE, Genevieve; PERROT, Michelle. São Paulo: Edições Afrontamento, Ebradil, vol.4, 1991. p. 97 – 137.

BANCO INTERNACIONAL DE RECONSTRUCCIÓN Y FOMENTO – BANCO MUNDIAL. **Mujeres empresarias: barreras y oportunidades en el sector privado en América Latín**. Washington, 2010.

BAUER, Martin; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem, e som, um manual prático**. 2 Ed. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

BENHABIB, Seyla. O Outro Generalizado e o Outro Concreto: A Controvérsia Kohlberg-Gilligan e a Teoria Feminista. In: (Org.) DRUCILLA, Cornell; BENHABIB, Seyla. **Feminismo como crítica da modernidade**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1995. p.87 – 106.

BERGAMO, Alexandre. Elegância e atitude: diferenças sociais e de gênero no mundo da moda. **Cad. Pagu [online]**. n. 22. p. 83-113, 2004. Disponible en: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-83332004000100005](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332004000100005)>. Acceso en: 5 feb. 2016.

BERMÚDEZ, Héctor; PASCALE, Molinier; ARANGO, Luz, compiladoras. El trabajo y la ética del cuidado. **Revista de Ciencias Sociales**. Colombia, 2014. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=50931716016>> . Acceso en: 04 ago. 2014.

BITTENCOURT, Antonio; MORENO, Ana. Significado do trabalho um estudo entre trabalhadores inseridos nas organizações formais. **ERA – Revista de Administração de empresas**. São Paulo, v. 35, n. 6. p. 20 - 29, 1995. Disponible en: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-75901995000600004&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-75901995000600004&script=sci_arttext)>. Acceso en: 13 jul. 2015.

BLANCO, Jacqueline; CÁRDENAS, Margarita. Las mujeres en la historia de Colombia, sus derechos, sus deberes. **Revista prolegómenos**. Colombia, v. XII, n. 23, enero-junio, p. 143-158, 2009. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87617260012>>. Acceso en: 9 jul. 2015.

BONILLA, Gloria. **La lucha de las mujeres en América Latina: feminismo, ciudadanía y derechos**. 2007. Disponible en: <[dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2979331.pdf](http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2979331.pdf)>. Acceso en: 8 jul. 2015.

BRAVO, Alva. **Las trabajadoras de Medellín: entre la necesidad y la exclusión (1850 -1900)**. 2007. Disponible en: <<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/colombia/fche/5.pdf>>. Acceso en: 13 jul. 2015.

BULGACOV, Sergio; MAZZIOTTI, Yára. A construção do significado nas organizações. **Revistas Fases**. Belo Horizonte, v. 6, n.3, p. 81 – 89, 2007. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/pdf/1940/194016905007.pdf>>. Acceso en: 13 jul. 2015.

CAMPILLO, Fabiola. El trabajo doméstico no remunerado en la economía. En **Boletín de novedades CREDI – OEI, Nómadas** n. 12, Universidad Central, Colombia, 2000. Disponible en: <[http://www.ucentral.edu.co/images/editorial/nomadas/docs/nomadas\\_12\\_10\\_trabajo.PDF](http://www.ucentral.edu.co/images/editorial/nomadas/docs/nomadas_12_10_trabajo.PDF)>. Acceso en: 13 may. 2015.

CARDOZO, Alejandro. **La motivación para emprender**. Evolución del modelo del rol en emprendedores argentinos. 2010. 314 f. Tesis (Doctorado) - Departamento de Organización de Empresas, Universidad Nacional de Educación a Distancia, 2010. Disponible en: <

spacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:CiencEcoEmp-Apcardozo/Documento.pdf>. Acceso en: 26 jun. 2014.

CASTIBLANCO, Suellen. La construcción de la categoría de emprendimiento femenino. **Revista facultad de ciencias económicas: Investigación y Reflexión**. Bogotá, v. XXI, n. 2, p. 53- 66, 2013. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/pdf/909/90930501005.pdf>>. Acceso en: 23 mar. 2015.

CASTILLO, Isabel; ESPEJEL, Adelina; HERNÁNDEZ, Sandra. La perspectiva de género en las políticas públicas. In: (Org.) CASTILLO, Isabel; ORNELAS, Jaime; HERNÁNDEZ, Celia. **Políticas públicas y gubernamentales: reflexiones teóricas y evidencias empíricas**. México: Ediciones EyC, 2013. P. 97 - 120.

CASTRILLÓN, Glenda; RICAURTE, Juan. **Caracterización de la mujer emprendedora en Colombia**. 2008. 74 f. Tesis (maestría) – Administración de Empresas, Fundación Universitaria del Norte, Barranquilla, 2008.

CEPALTAST. **Bases de datos y publicaciones estadísticas**. CEPAL, 2013. Disponible en: <[http://estadisticas.cepal.org/cepalstat/WEB\\_CEPALSTAT/ESTADISTICASIndicadores.asp](http://estadisticas.cepal.org/cepalstat/WEB_CEPALSTAT/ESTADISTICASIndicadores.asp)>. Acceso en: 9 jul. 2015.

CHABAUD, Danielle; FOUGEYROLLAS-SCHWEBEL, Dominique. Sobre a autonomia relativa da produção e da reprodução. In: KARTCHEVSKY, Andrée et. al. **O Sexo do trabalho**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987. p. 113 – 130.

CHÁVEZ, Enore; HERNÁNDEZ, José. Estrategia para la creación de nuevas empresas un enfoque sociocultural o institucional. **Revistas.ucr.ac**. Guadalajara, p. 239 – 246, 2012. Disponible en: <<http://www.revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/download/8049/7663>>. Acceso en: 28 mar. 2015.

CICOUREL, Aaron. Teoria e método em Pesquisa de campo. In: GUIMARAES, Alba Zaluvar (Org.). **Desvendando máscaras sociais**. Rio de Janeiro: livraria Francisco Alves Editora S. A . 1980. p. 87-121.

COLOMBIA. Ley 1014 de 26 de enero de 2006. Fomento a la cultura de emprendimiento. Ministerio de Educación Superior. Congreso de Colombia. Disponible en: <<http://www.camarasai.org/web/uploads/images/registro-mercantil/10LEY-1014-DE-2006.pdf>>. Acceso en: 1 nov. 2014.

CYRINO, Rafaela. **Mulheres executivas: a divisão do trabalho doméstico a luz dos estereótipos de gênero**. Belo horizonte: Fino Traço, 2012.

DESLAUREIS, Jean-Pierre; KERISIT, Michele. O delineamento de pesquisa qualitativa. In: POUPART, Jean et al., (Orgs.). **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 127-153.

ESPAÑA. Cámaras de Comercio Fundación Incyde. Servicio de Estudios. **Mujeres Empresarias en la Economía española**, 2007.

FLICK, Uwe. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

FUENTES, Fernando; SÁNCHEZ, Sandra. Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. **Estudios de Economía aplicada**. España, v. 28 – 3, p. 1 – 28, 2010. Disponible en: <<http://www.revista-eea.net/documentos/28306.pdf>>. Acceso en: 28 mar 2014.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed, 2002.

Global Entrepreneurship Monitor - GEM. **Dinámica empresarial Colombiana**, Colombia, 2014.

\_\_\_\_\_. **Empreendedorismo no Brasil**, Brasil, 2014.

\_\_\_\_\_. **Reporte Anual Bogotá 2012 - 2013**. Bogotá, 2013.

GILLIGAN, Carol. Uma voz diferente: psicologia da diferença entre homens e mulheres da infância à idade adulta. In **A different voice: Psychological Theory and Women's Development**, Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1982. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1982.

HAICAULT, Monique; COMBES, Daniele. Produção e reprodução. Relações sociais de sexo e de classes. In: In: KARTCHEVSKY, André et. al. **O sexo do trabalho**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987. p. 23 – 43.

HAKIKI-TALAHITE. Por uma problemática do processo de trabalho domestico. In: KARTCHEVSKY, André et. al. **O Sexo do trabalho**. Rio de Janeiro: paz e Terra, 1987. p. 95 – 112.

HELLER, Lidia. **Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe**: realidades, obstáculos y desafíos. CEPAL – división de asuntos de género. Chile, 2010.

HIRATA, Helena. **Nova divisão sexual do trabalho? Um olhar voltado para a empresa e a sociedade**. 1. ed. São Paulo: Boitempo editorial, 2002.

\_\_\_\_\_. Vida reprodutiva e produção: família e empresa no Japão. In: KARTCHEVSKY, André et. al. **O sexo do trabalho**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987. p. 63 – 78.

JUNQUERA. Beatriz. Factores contextuales, empresariales e intrínsecos a la empresaria y el éxito en las empresas propiedad de mujeres: una revisión de literatura, **Libromotiva**, p. 961 – 985, 2004. Disponible en: <<http://www.uv.es/motiva/libromotiva/61Junquera.pdf>>. Acceso en: 2 jul. 2014.

JUSTO, Rachida. **La influencia del género y entorno familiar en el éxito y fracaso de las iniciativas emprendedoras**. 2008. 284 f. Tesis (doctorado) – Departamento de estructura económica y economía del desarrollo, Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, 2008.

KARTCHEVSKY, Andrée. Trabalho feminino, trabalho das mulheres: forças em jogo nas abordagens dos especialistas. In: KARTCHEVSKY, Andrée et. al. **O Sexo do trabalho**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987. p. 13 – 22.

KERGOAT, Daniele. Divisão sexual do trabalho e relações sociais de sexo. In: HIRATA, Helena et al., (Orgs.). **Dicionário crítico do feminismo**. São Paulo: Unesp, 2009. p. 67 – 75.

\_\_\_\_\_. Em Defesa de uma sociologia das relações sociais. Da análise crítica das categorias dominantes à elaboração de uma nova conceituação. In: KARTCHEVSKY, Andrée et. al. **O Sexo do trabalho**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987. p. 79 – 93.

LENOIR, Remi. O objeto sociológico e problema social. In: CHAMPAGNE, Patrick; LENOIR, Remi; MERLLIÉ; PINTO, Louis. **Iniciação à prática sociológica**. Petrópolis: Vozes, 1998. p. 59-106.

LOBO, Elizabeth Souza. O trabalho como linguagem: O gênero do trabalho. In: COSTA, Albertina de Oliveira; BRUSCHINI, Cristina (Orgs.). **Uma questão de gênero**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, Fundação Carlos Chagas, 1992. p. 252 – 263.

LUNA, Lola. La feminidad y el sufragismo Colombiano durante el periodo 1944 – 1948. **Revistas.unal.edu.co**. Colombia, 1999. Disponible en: <<http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/achsc/article/view/16775>>. Acceso en: 07 jul. 2015.

LUPICA, Carina. Madres en la actividad económica: ¿cómo incide el trabajo de cuidado en el hogar en el empleo remunerado de las mujeres? **Newsletter del observatorio**, Buenos Aires, n. 72, p. 1 – 12, 2013. Disponible en: <<http://cippec.org/priorizarlaequidad/madres-en-la-actividad-economica-como-incide-el-trabajo-de-cuidado-en-el-hogar-en-el-empleo-remunerado-de-las-mujeres/>>. Acceso en: 24 Sep. 2014.

MILLS, Wright C. Do artesanato intelectual. In: **A Imaginação sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1965. p. 211-243.

MOLINIER, Pascale. O desdobramento das relações sociais de sexo. In MOLINIER. **O trabalho e a psique**. Uma introdução à psicodinâmica do trabalho. Brasília: Paralelo, 2013. p. 255 – 256.

NICHOLSON, Linda. Feminismo e Marx: integrando o parentesco com o econômico. In: CORNELL, Drucilla; BEHABIB, Seyla. **Feminismo como crítica da modernidade**: releitura dos pensadores contemporâneos do ponto de vista da mulher. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1987. p. 23 - 37.

NICHOLSON, Linda. “Interpretando gênero”. **Revista Estudos Feministas**. Florianópolis, UFSC, CCE/CFH, v. 8, n. 2, p. 11, 2000. Disponible en: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/11917/11167>>. Acceso en: 04 Nov. 2015.

ORTÍZ, Carolina; DUQUE, Yenni; MAYORGA, David. Una investigación en emprendimiento femenino, **rev.fac.cienc.econ.**, Colombia, v. XVI, n. 1, p. 85-104, 2008. Disponible en: <<http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v16n1/v16n1a07.pdf>>. Acceso en: 26 jun. 2014.

PASCALE WELZER-LANG, Daniel. feminilidade, masculinidade, virilidade. In: In: HIRATA, Helena et al., (Orgs.). **Dicionário crítico do feminismo**. São Paulo: Unesp, 2009. p. 101 – 105.

PFEILSTETTER, Richard. El emprendedor. Una reflexión crítica sobre usos y significados actuales de su concepto. **Gazeta de Antropología**. Sevilla, 17 Jun. 2011. Disponible en: <<http://hdl.handle.net/10481/15684>>. Acceso en: 1 jun. 2014.

PIRES, Álvaro P. Sobre algumas questões epistemológicas de uma metodologia geral para as ciências sociais. In: POUPART, Jean et al., (Orgs.). **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 43- 94.

POUPART, Jean. A entrevista de tipo qualitativo: considerações epistemológicas, teóricas e metodológicas. In: POUPART, Jean et al., (Orgs.). **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis: Vozes, 2008.p. 215 - 253.

PUPPIM, Andréa. Mulheres em cargos de comando. In: BRUSCHINI, Cristina; SORJ, Bila (Orgs.). **Novos olhares: mulheres e relações de gênero no Brasil**. São Paulo: Fundação Carlos Chagas: Marco Zero, 1994. p. 13 – 35.

LAGRAVE, Rose - Marie. Uma emancipação sobre tutela. Educação e trabalho das mulheres no século XX. In: **História das Mulheres no ocidente, Século XX**. DUBY, Georges; PERROT, Michelle. (Org.). Sob a direção de THÉBAUD. Françoise. São Paulo: Edições Afrontamento, Ebradil, vol.5, 1991. p. 505 – 543.

RODRÍGUEZ, María; SANTOS, Francisco. La actividad emprendedora de las mujeres y el proceso de creación de empresas. **Revista ICE**. España. Disponible en: <[http://www.revistasice.com/cache/pdf/ICE\\_841\\_117-132\\_\\_67EE5F31803C91CF9CCD4A7A146116B6.pdf](http://www.revistasice.com/cache/pdf/ICE_841_117-132__67EE5F31803C91CF9CCD4A7A146116B6.pdf)>. Acceso en: 26 jun. 2014.

RUBIN, Gayle. El tráfico de mujeres: notas sobre la “economía política del sexo”. **Nueva antropología**. México, 1986. v. VIII, n. 30, p. 95 – 145. Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15903007>>. Acceso en: 04 Nov. 2015.

RUIZ, Matilde. Emprendedores con expectativas de alto crecimiento. Una perspectiva de género a nivel mundial. 2012. 251 f. Tesis (doctorado) – Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Departamento de Organización de Empresas, Universidad de Granada, Granada, 2012.

SACKS, Karen. Engels Revisitado: a mulher, a organização da produção e a propriedade privada. In: MICHELLE, Zimbalist Rosaldo; LAMPHERE, Louise. **A mulher a cultura a sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979. p. 185 -231.

SAMPAIO, Darli. **Relações de gênero na indústria automotiva. A problemática da divisão sexual do trabalho e da visão essencializada da Mulher. Um estudo de caso**. 2007. 177 f. Tesis (maestría) – Sector de Ciencias humanas, Letras y Artes, Universidad Federal do Paraná, Curitiba, 2007.

SCOTT, Joan. A mulher trabalhadora. In: **História das Mulheres no ocidente, Século XIX**. DUBY, Georges; PERROT, Michelle (Org.). Sob a direção de FRAISSE, Genevieve; PERROT, Michelle. São Paulo: Edições Afrontamento, Ebradil, vol.4, 1991. p. 443 – 475.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Revista Educação e Realidade**. Porto Alegre: UFRGS, v. 16. n. 2, p. 5-22, jul/dez.1989.

SCOTT, Joan. O enigma da igualdade. **Revista Estudos Feministas**. Florianópolis, UFSC, CCE/CFH, v. 13, n. 1, p. 11, 2005. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2005000100002>>. Acesso em: 04 Nov. 2015.

SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER. **Mujeres en cifras**, boletín informativo n. 1, 2013, disponible en: <[http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/portal/sites/default/files/boletin\\_mujeres\\_en\\_cifras\\_no1.pdf](http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/portal/sites/default/files/boletin_mujeres_en_cifras_no1.pdf)>. Acesso em: 15 oct. 2014.

SECRETARIA PERMANENTE DEL SELA. **Desarrollando Mujeres Empresarias: la necesidad de replantear políticas y programas de género en el desarrollo de PYMES**. Venezuela, 2010.

STROBINO, Márcia. **O empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família**: estudo de multicasos no setor da construção civil da cidade de Curitiba. 2009. 133 f. Dissertação (mestrado) - Administração Área de Concentração: Estratégia e Organizações, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2009.

TABET, Paola. Las manos, los instrumentos, las armas. In: CURIEL, Ochy; FALQUET, Jules (Orgs). **El patriarcado al desnudo**: tres feministas materialistas Collete Guillaumin, Paola Tabet, Nicole Claude Mathieu. Buenos Aires: Brecha Lésbica, 2005. p.57 – 129.

THE ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT - EIU. **Índice del entorno empresarial para emprendedoras** – WEVentureScope, 2013.

TODARO, Rosalba.; GODOY, Lorena.; ABRAMO, Laís. **Desempeño laboral de hombres y mujeres**: opinan los empresarios. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cpa/n17-18/n17a08>>. Acesso em: 13 may. 2015.

TOURAINÉ. Alain. **Pensar outra mente o discurso interpretativo dominante**. Petrópolis: editora Vozes Ltda, São Paulo, 2007.

TREMBLAY, Marc-Adélar. Reflexões sobre uma trajetória pessoal pela diversidade dos objetos de pesquisa. In: POUPART, Jean et al., (Orgs.). **A pesquisa qualitativa**: enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 9-30.

TRONTO, Joan C.. Mulheres e Cuidados: O que as feministas podem aprender sobre a moralidade a partir disso? In: BORDO, SUSAN. R., JAGGAR, ALISON. M. **Gênero, Corpo, Conhecimento**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1997. p. 186 – 203.

VALLMITJANA, Núria. **La actividad emprendedora de los graduados IQS**. 2014. 378 f. Tesis (Doctorado) - Gestión Empresarial, Universitat Ramon Llull, Barcelona, 2014. Disponible en: <http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/145034/Tesis%20Nuria%20Vallmitjana%20Palau.pdf?sequence=1>>. Acceso en: 25 mar. 2015.

ZAIDMAN, Claude. Educação e socialização. In: HIRATA, Helena et al., (Orgs.). **Dicionário crítico do feminismo**. São Paulo: UNESP, 2009. p. 80 – 84.